

「조국1)」 문화로서의 「한류2)」

재일한국·조선인3)의 「한류」 미디어 접촉을 중심으로

김지영*

(e-mail : sd091023@g.hit-u.ac.jp)

目 次

- I. 서론
 - II. 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉이 가지는 의미
 - II-1. 재일한국·조선인의 다양화
 - II-2. 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉실태
 - II-3. 「한류」 미디어를 「조국」 문화로 받아들인 이들
 - III. 결론을 대신하여
-

*一橋大学大学院社会学研究科博士後期課程

- 1) 재일한국·조선인이 「조국」이라는 단어에 관해 갖는 감각은 세대 간·세대 내에 다양한 양상을 보이며 「고향」이라는 단어도 자주 사용되나 본 논문에서 정의하는 「조국」은 일본에서 태어난 2세 이후의 재일한국·조선인이 가지는 재일한국·조선인으로서의 뿌리(roots)를 의미하고 있다. 뿌리로서의 「조국」은 분단된 조선 반도 전체를 의미하고 있으나, 「한류」가 불러일으킨 「조국」의 이미지를 언급하는 경우 한국만을 나타내는 경우도 있다. 재일한국·조선인의 「조국」·「고향」에 관한 논의로는 上田 외(2005), 키ム(1998), 徐 (2008)을 참조.
- 2) 본 논문에서는 「한류」와 「한류 붐」을 구별하여 사용하도록 한다. 「한류 붐」은 「겨울연가」와 배용준에 열광한 중년층 여성 팬들이 미디어의 주목을 받은 2003년의 시기를 나타내는 것이며, 「한류」는 「한류 붐」을 계기로 한국에서 만들어진 미디어가 일본에 대량으로 유입된 현상을 나타내는 표현으로 사용하도록 한다.
- 3) 본 논문의 연구대상은 조선 식민 지배를 배경으로 일본에 건너 온 조선인의 자손으로서 부친이나 모친이 올드커머(old-comer)조선인이고, 일본에서 태어난 경우에 한정하였다. 올드커머 조선인을 나타내는 명칭에 관해서는 기존의 여러 연구에서 논의된 바 있으나(尹 2001; 金·尹 2005; 徐 2008 등), 실제로는 역사적 배경·국적·정치적 지향성·소속감등의 요소 중 무엇을 중시하는가에 따라 재일조선인, 재일한국·조선인, 재일한조선인, 재일한국인, 재일한인, 재일, 재일코리아 등 다양한 호칭이 사용되고 있다. 필자가 올드커머에 대한 다양한 명칭 가운데 재일한국·조선인이라는 명칭을 사용하는 이유는 「한류」가 연구대상에 미친 영향이 조선반도 전체의 「조국」이 아닌 「한국」이라는 한정된 「조국」의 문화를 전달하는 계기였음을 반영하기 위함이다.

I. 서론

일본사회에서 「한류」는 2003년 「겨울연가」의 방송을 계기로 언급되기 시작하였다. 「한류 붐」이라는 단어로도 표현되는 현상을 통해, 일본사회는 이제까지 접촉해보지 못한 동시대의 한국영화, 드라마, 음악 등의 「한국」 미디어를 접하게 되었다. 石田佐恵子외(2007)는, 「겨울연가」가 「한류 붐」에 연결되는 과정을 고찰하면서 「겨울연가」 자체의 인기는 어느 시점에서 정점을 이루다가 후퇴한 것에 반해, 「한류 붐」은 제2, 제3의 붐을 일으키면서 「한국」 그 자체를 의미하는 국민 국가적 표상으로 변용되어 갔다고 지적하였다. 그리고 「한류 붐」이 「한국」에 대한 새로운 이미지를 구축하게 된 이유로서, 일본인이 이제까지 한국에 대해 놀랄 정도로 무지했던 것을 들고 있다.

한국에 대한 새로운 발견, 인식이라는 면에서 본다면, 「한류」는 이제까지 한정적으로 「조국」 문화에 접촉해 왔거나 접촉 경험조차 가지지 못했던 재일한국·조선인들에게도 다양한 「조국」 미디어에 접할 수 있는 기회를 제공한 현상으로 평가해 볼 수 있다. 이러한 점에서 「한류」 미디어 접촉이 이제까지 한정적으로 알고 있었던 한국의 현재를 인식하는 계기가 된 것은 물론 「한국」에 대해 가지고 있던 기존의 인식에 상당한 영향을 미친 것은 의심할 여지가 없다.

현재 일본에는 특별 영주자 자격을 가진 재일한국·조선인이 약 43만 명(2007년 기준) 거주하고 있으며, 그 세대는 5세대에 이르고 있다. 재일한국·조선인의 일본 거주역사가 길어지면서 재일한국·조선인은 세대 간·세대 내에서 다양화되어 가고 있다. 특히, 많은 연구자들이 지적하고 있는 것처럼 조국에 대한 귀속 의식이 강하고 조선인부락을 형성하며 생활하던 제 1세대가 노령화되고, 독립·분산의 경향이 강한 2세대, 3세대가 재일사회의 중심을 이루게 된 1970년대부터 재일사회의 다양화는 본격적으로 진행되기 시작하여, 같은 세대 내에서도 민족교육을 받은 경험이 없는 사람들과 일본국적으로 귀화한 사람들이 증가하는 등, 다양한 배경을 가진 재일한국·조선인들의 존재가 나타나기 시작하였다(福岡 1993; 姜 1996; 原尻 1998; 金泰泳 1999; 尹 2001; 金敬得 2005 등).

이와 같은 상황 속에서 「일본인」에 의해 「붐」이라는 형태로 받아들여진 「한류」는, 한글을 학습할 기회를 얻지 못한 채 일본어를 모어(母語)로 사용하고 있는 재일한국·조선인들이 일상생활 속에서 일본어를 통해 한국문화에 접할 수 있는 기회를 제공한 것은 물론, 민족교육을 통해 「조국」의 전통문화는 익혔다 할지라도 현재의 한국에 대해서는 별로 알지 못했던 재일한국·조선인들에게는 「지금·현재」의 한국을 알리는 계기가 되었다.

이와 같은 맥락에서 보면 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉 경험은

이제까지 언급되어 온 일본 중년 여성들의 일시적인 「봄」과는 대비되는, 재일한국·조선인의 한국에 대한 인식변화가 일어난 중요한 계기라고 할 수 있다.

이와 같은 논의를 바탕으로 본 논문에서는 다음과 같은 3가지 측면을 중심으로 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉이 가지는 의미를 분석해 가고자 한다. 첫째로, 재일한국·조선인의 다양화에 대한 연구를 살펴보면 재일한국·조선인의 세대 간·세대 내의 다양화가 「한류」 미디어 접촉과 어떠한 관련이 있는지 고찰해 보고자 한다.

둘째로, 재일한국·조선인의 「한류」 접촉 경험이 지니는 의미에 대해서 고찰해보고, 실제로 「한류」 미디어를 일상에서 어느 정도 접하고 있는지 그 현황을 살펴보고자 한다. 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉현황에 대해서는 연구자가 실시한 「在日韓国・朝鮮人の「韓流」接触状況に関する調査⁴⁾」(「재일한국·조선인의 「한류」 접촉상황에 관한 조사」)로 얻어진 데이터를 사용하여 논의를 전개하고자 한다.

셋째로, 「在日韓国・朝鮮人の「韓流」接触状況に関する調査」(「재일한국·조선인의 「한류」 접촉상황에 관한 조사」)로 얻어진 데이터를 통해 재일한국·조선인 중에서도 어떤 배경을 가진 그룹이 「한류」 미디어를 단순한 「봄」이 아닌 「조국」 미디어로 받아들였는가에 대해 분석하여, 재일한국·조선인의 「한류」 경험이 가진 독자성을 논하고자 한다.

마지막으로, 「한류」 미디어를 「조국」 문화 그 자체로 접한 이들의 특성을 분석한 결과를 바탕으로 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉 경험이 가지는 의미를 재고해보도록 한다.

II. 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉이 가지는 의미

II-1. 재일한국·조선인의 다양화

본 절에서는 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉이 가지는 의미를 분석하기에 앞서서, 재일한국·조선인의 다양화가 「조국」 미디어와의 접촉을 포함한 「한류」의 수용에 미친 영향을 알아보기 위해, 재일한국·조선인의 다양

4) 일본에서 태어난 만20세부터 80세까지의 재일한국·조선인 남녀를 대상으로 실시하였다. 조사과정과 조사항목을 포함한 상세한 조사개요에 대해서는 金(2009)을 참조.

화에 대한 논의가 어떻게 진행되어 왔는지 그 흐름을 살펴보고자 한다.

재일한국·조선인의 다양한 양상이 주목을 받기 시작한 때는 세대교체가 일어난 1970년대 후반부터이다. 독립·분산의 경향이 강한 2세대, 3세대가 재일 사회의 중심을 이루게 되면서 세대 내에서도 민족교육을 받아 본 경험이 없는 자, 일본국적으로 귀화하는 자, 일본인과의 결혼비율 증가 등 다양한 배경을 가진 재일한국·조선인의 존재가 부각되기 시작하였다. 재일한국·조선인이 놓인 환경이 다양화되어 가는 것은 이제까지 재일한국·조선인을 규정해오던 혈연·국적·언어 등의 눈에 보이는 요소만으로 재일한국·조선인을 생각하는 것이 불가능해진 것을 의미하고 있다.

재일한국·조선인의 다양화에 대한 연구는 세대론 이라고도 불리는 세대 간의 차이 인식으로부터 출발하였다. 姜在彦(1996)은 세대교체의 의미를 「조국」에 대한 실질적 이미지를 거의 갖고 있지 않은 세대의 증가로 보고, 세대교체와 민족적 감각·민족의식과의 관계에 주목하였다.

세대 간의 다양화를 민족의식의 다양화로 본 것은 金泰泳(1999)의 논의에서도 찾아볼 수 있다. 金은 재일한국·조선인 2세가 가지는 민족의식을 1세와 비교하면서, 2세가 「1세적인 가치관」을 강하게 내면화하고 있다고 논하고 있다. 또한, 2세가 청년 시기를 보낸 1960·1970년대는 「1세적인 가치관」이 흔들리는 시대였던 것과 동시에 차세대인 3세, 4세의 민족의식이 다양화된 시대이기도 했다고 지적하면서 2세가 가진 민족의식의 복잡성을 논하였다.

金敬得(2005)의 경우도, 1세의 재일한국·조선인을 식민지시대에 극심한 차별과 동화압력을 받았음에도 불구하고, 한국·조선인으로서의 의식을 강하게 지니고 있었던 세대로 평가하고 있다. 그에 반해 2세의 경우 태어나면서부터 뿌리를 빼앗긴 세대로 평가하며, 민족성의 탈환을 위해 부단히 노력하지 않으면 안 되는 세대라는 점을 지적하고 있다. 金의 논의에서는 세대교체가 민족성의 유지라는 측면과 일본사회로의 동화라는 측면으로 분석되고 있다.

이와 같이 재일한국·조선인의 다양화에 대한 논의는 세대교체를 축으로 하는 세대론으로부터 시작되었다. 그리고 세대 간의 다양화를 분석하기 위한 중요한 요소로서 「조국」에 대한 이미지, 민족의식 등이 사용된 경우가 많았다. 세대론의 경우 세대 간의 차이에는 주목하고 있지만, 세대 내에서 보이는 새로운 다양화의 진전 상황을 파악하는 데에는 한계를 지니고 있다. 세대론이 가진 이와 같은 한계점을 극복하고 재일한국·조선인의 다양화 양상을 세대 내까지 넓은 연구로서 福岡(1993)의 연구를 들 수 있다.

福岡(1993)은 재일한국·조선인이라는 통칭 안에 존재하는 젊은 세대의 존재와 의식의 다양화에 주목하면서 종래의 민족의식과 일본사회로의 동화라는 이분법적 구도만으로는 재일한국·조선인의 다양한 양상을 파악할 수 없다고

주장하였다. 福岡은 재일한국·조선인의 젊은 세대가 겪는 의식의 갈등을 바탕으로 재일한국·조선인의 다양화를 분석하여 「공생(共生)지향」 「귀화지향」 「조국지향」 「개인지향」이라는 의식패턴을 설정하고 세대 내의 다양화 양상을 설명하였다.

또한 福岡·金明秀(1997)의 연구에서는 「1993年在日韓国人青年意識調査」(1993년 재일한국인 청년 의식조사)의 데이터를 바탕으로 재일한국인의 젊은 세대가 가진 의식의 다양성을 「공생(共生)지향」 「귀화지향」 「조국지향」 「개인지향」 「갈등」 「갈등회피」 「동포지향」이라는 7가지의 유형으로 나누어 세대 내의 의식의 다양성을 고찰하였다. 이와 같이 세대 내의 다양화에 주목한 연구를 통해 재일한국·조선인의 의식이 「조국」에 대한 의식·민족적 감각이나, 일본으로의 동화라는 양극단의 선택으로부터 벗어나 「조국」과 일본과의 관계성이라는 측면으로 이해되기 시작하였다.

福岡·金明秀(1997)의 연구에서도 알 수 있듯이 최근에는 재일한국·조선인의 다양화된 의식을 관계성이라는 측면에서 고찰한 연구가 증가하고 있다. 재일한국·조선인의 다양화를 재일한국·조선인이라는 집단레벨에서 벗어나 개인을 단위로 파악하는 연구가 증가했다는 것은 무엇을 의미하는지 주목해 볼 필요가 있다. 이와 같은 경향은 이제까지 재일한국·조선인을 설명해 온 혈연·민족교육·국적·언어 등의 요소만으로는 재일한국·조선인의 다양화된 현실을 파악하고 설명하는 것이 불가능해졌다는 것을 의미할 뿐만 아니라 「누가 재일한국·조선인인가」 하는 기준자체가 유연해 졌다는 것을 의미하고 있다.

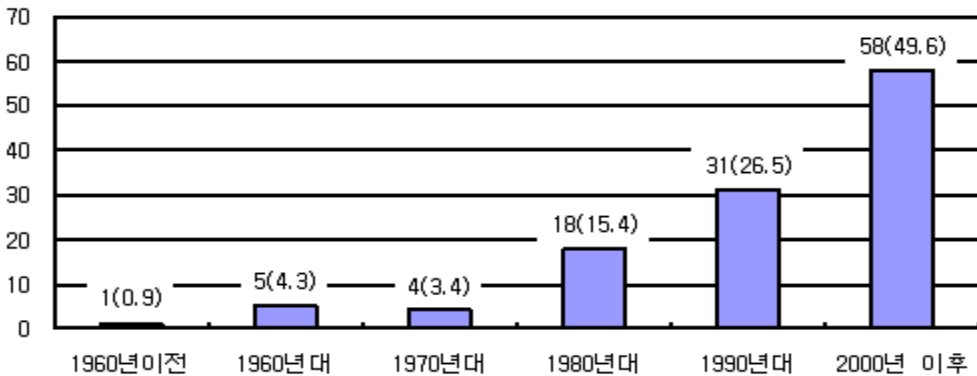
일상생활에서 다양한 「조국」 미디어에 접할 수 있는 계기를 마련해 준 「한류」 경험을 재일한국·조선인의 다양한 성장과정과 의식의 다양성이라는 맥락에서 생각해보면, 「한류」 미디어와의 접촉 경험은 획일적으로 파악될 수 없으며 그 접촉의 의미 또한 질적으로 다르다고 볼 수 있다. 민족교육을 받고 언어를 습득한 이들이나 「한류」 이전부터 「조국」의 정보에 접하고 있었던 사람들이 「한류」 미디어에 접촉하는 것과 「조국」에 대한 구체적인 이미지를 갖고 있지 않은 이들이 「한류」 미디어에 접촉하는 것은 질적으로 다른 경험으로 분석되어야 한다. 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉의 의미를 생각할 때에 먼저 고려해야 할 것은 어떤 배경을 가지고 있는 재일한국·조선인이 「한류」 미디어에 접촉하고 있는가, 「한류」 미디어를 「조국」 문화로서 받아들이고 있는가 하는 점이다.

「한류」 미디어와의 접촉을 재일한국·조선인의 다양화라는 맥락에서 분석해 가기 위해 다음 절에서는 「在日韓国・朝鮮人の「韓流」接觸狀況に関する調査」(「재일한국·조선인의 「한류」 접촉상황에 관한 조사」)로 얻어진 데이터를 바탕으로 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉 현황을 살펴보고자 한다.

II-2. 재일 한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉실태

본 절에서는 「在日韓国・朝鮮人の「韓流」接触状況に関する調査」(「재일한국·조선인의 「한류」 접촉상황에 관한 조사」)로 얻어진 데이터 중에서 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉현황을 조사한 항목을 중심으로 살펴보고자 한다.

먼저, 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉이 가지는 의미를 분석하기 위해 재일한국·조선인이 한국에서 만들어진 미디어에 접하게 된 시기를 살펴보면 다음과 같다(<도표 1>).



<도표 1> 한국에서 만들어진 미디어를 처음으로 접한 시기(명·%) (N=117)

<도표 1>을 보면 재일한국·조선인이 직접 발행한 미디어가 아닌 한국에서 만들어진 미디어에 접촉하게 된 시기가 1960년대가 5명(4.3%), 1970년대가 4명(3.4%), 1980년대가 18명(15.4%), 1990년대가 31명(26.5%), 2000년대 이후가 58명(49.6%)으로서 1990년대 이후의 접촉이 약80%를 차지하고 있다.

이와 같은 결과는 「한류」 이전의 재일한국·조선인의 한국미디어 접촉환경에 대해 연구한 宋連玉(2007)의 논의와도 일치하고 있다. 宋은 내일한국·조선인이 한국 드라마 등을 일상생활 속에서 접하게 된 것이 해외여행의 자율화(1989년)이후이며, 뉴커머(new comer)가 일본에 살기 시작하면서부터라고 지적하여 재일한국·조선인의 한국 미디어 접촉이 뉴커머에 의해 1990년대부터 활발해졌다고 주장하였다.

또한 2000년 이후부터 한국에서 만들어진 미디어에 접촉하기 시작한 비율이 현저히 높은 것은 「한류」 뿐만 아니라 2002년에 개최된 한일 월드컵 등의 이벤트를 통해 한국의 현대문화가 일본에 다량으로 유입된 것을 그 이유로 들

수 있다(岩淵 2004, 2007 ; 毛利編 2004 등) .

1990년대 이후 한국에서 만들어진 미디어에 접촉하기 시작한 이들이 많다는 결과는 재일한국·조선인이 한국에서 만들어진 미디어를 일상생활 속에서 자유롭게 접하게 된 것이 재일한국·조선인사회라는 고립된 환경으로부터 시작된 것이 아니라, 뉴커머의 증가나 월드컵, 「한류 붐」과 같은 일본사회의 환경 변화 속에서 가능해 졌다는 것을 시사하고 있다.

그렇다면, 재일한국·조선인은 어떠한 계기를 통해 한국에서 만들어진 미디어에 접하게 되었을까. 한국에서 만들어진 미디어를 접하게 된 계기를 접촉시기별로 정리해보면 <표 1>과 같다.

<표 1>을 보면 시기별로 한국에서 만들어진 미디어를 접하게 된 계기가 다르다는 것을 알 수 있다. 먼저, 재일사회 내에서의 권유는 1960년대부터 2000년대 이후까지 어느 시기에서나 중요한 접촉 계기가 되고 있음을 알 수 있다. 일본인 친구나 지인의 권유, 일본의 미디어를 통한 접촉의 경우 1960년대부터 보이긴 하지만, 그 수치가 큰 폭으로 증가한 시기는 2000년 이후로서 2000년 이전에는 거의 보이지 않는다.

이와 같은 결과는 앞서 언급한 것과 같이 2000년 이후의 한일문화교류의 가속화에 따른 일본의 미디어 환경이 변화했다는 것을 의미하며 이런 맥락에서 「한류 붐」은 재일한국·조선인이 한국에서 만들어진 미디어에 접촉할 수 있는 환경을 제공했다고 볼 수 있다.

<표 1> 한국에서 만들어진 미디어의 접촉 계기 (접촉 시기별)

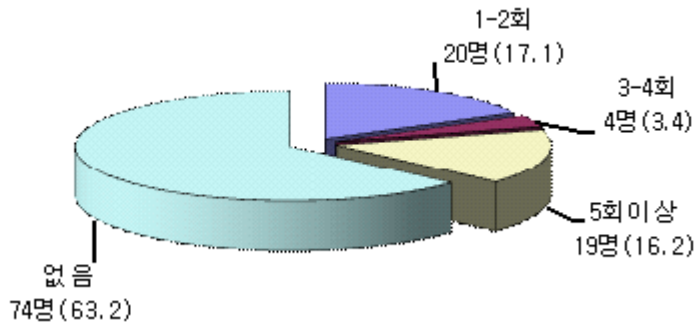
	재일사회: 가족·친구 민족학교	일본사회: 친구·학교 지인	일본사회: 미디어	뉴커머의 권유	한국사회: 유학·방문	스스로의 관심
1960년 이전	1 (100.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
1960년대	3 (60.0)	0 (0.0)	1 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (20.0)
1970년대	1 (25.0)	1 (25.0)	1 (25.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (25.0)
1980년대	11 (64.7)	0 (0.0)	1 (5.9)	1 (5.9)	2 (11.8)	2 (11.8)
1990년대	19 (63.3)	3 (10.0)	2 (6.7)	2 (6.7)	2 (6.7)	2 (6.7)
2000년 이후	36 (62.3)	7 (12.3)	10 (17.5)	3 (5.3)	1 (1.8)	0 (0.0)

*무응답을 제외하고 집계하였기 때문에 합계가 117이 되지 않는 경우가 있음.

또한 <표 1>에서 주목해야 할 것은 스스로 관심을 가지고 한국에서 만들어진 미디어에 접촉한 이들의 비율이 다른 계기에 비해 현저히 낮다는 점이다. 특히 2000년 이후를 보면 재일사회 내에서의 권유, 일본 미디어를 통한 접촉, 일본인 친구나 지인의 권유 등을 통해 한국에서 만들어진 미디어에 접촉하게 되었다는 응답이 90%이상을 차지하고 있다. 이와 같은 결과는 2000년대 이후에 한국에서 만들어진 미디어에 접촉하게 된 것이 「한류 붐」과 같은 일본의 미디어 환경 변화에서 기인하였다는 것을 의미하고 있다.

재일한국·조선인에게 「한류」가 가지는 의미를 생각하는 데 있어서 또 한 가지 생각해야 할 것은 한국에서 만들어진 미디어에 접촉하는 것이 「조국」에 대한 구체적인 지식이나 「조국」에서의 실질적 경험에 기반을 두고 일어난 경험인가, 아니면, 「조국」에 대한 정보나 체험이 없는 상황에서 일어난 경험인가 하는 것이다. 만약 「조국」에 대한 구체적인 이미지가 부재한 상황에서 한국에서 만들어진 미디어에 접촉하기 시작하여 「한류 붐」을 경험하였다면 한국에서 만들어진 미디어는 단순히 미디어로서의 역할뿐만 아니라 「조국」의 현재 모습과 정보를 제공하여 「조국」에 대한 새로운 인식을 불러일으키는 역할을 담당한 것이 된다.

그렇다면 한국에서 만들어진 미디어를 다량으로 접하게 된 「한류 붐」(2003년) 이전에 한국방문 경험을 가진 응답자는 얼마나 될 것인가. 다음의 <도표 2>를 보도록 하자



<도표 2> 「한류 붐」(2003년)이전의 한국 방문 경험(명·%)

<도표 2>는 「한류 붐」(2003년)이전의 한국방문 경험을 나타낸 것이다. <도표 2>를 보면 회답자 중에서 「한류 붐」(2003년) 이전에 한국을 방문한 경험을 가진 응답자는 전체의 36.8%(43명)에 불과하다는 것을 알 수 있다. 이는 응답자의 60% 이상이 「조국」에 관한 경험이나 실질적인 지식이 없는 상황에서 한국에서 만들어진 미디어를 접하기 시작했다는 것을 의미한다.

이처럼 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉 경험은 단순한 미디어 접촉의 경험을 넘어 이제까지 한정적으로 접해왔던 「조국」의 정보를 다량으로 접하는 계기였다고 할 수 있다. 실제로 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉상황을 「한류 붐」이라고 불렀던 2003년도와 조사시점(2008년도)에서 관심도와 접촉빈도로 나누어 조사한 항목을 보면 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉이 단순한 「붐」으로 끝나지 않은 것을 알 수 있다(<표 2>).

<표 2> 한국에서 만들어진 미디어에 대한 관심도·접촉빈도

	한국에서 만들어진 미디어에 대한 관심도		한국에서 만들어진 미디어 접촉빈도	
	2003년	2008년	2003년	2008년
도수	115	114	115	115
평균	3.96	4.78	3.98	4.70
중앙값	4.00	5.00	4.00	5.00
최빈값	3	7	3	6
표준편차	2.024	1.803	1.782	1.752

*관심도: 1점) 전혀 관심 없음 7점)매우 관심 있음

*접촉빈도: 1점)전혀 없음 2점)일 년에 한번 정도 3점)일 년에 몇 회 4점)한 달에 한번 5점)일주일에 한번 정도 6점)일주일에 몇 회 7점)거의 매일

*무응답을 제외하고 집계하였기 때문에 합계가 117이 되지 않는 경우가 있음.

2003년과 2008년의 한국에서 만들어진 미디어에 대한 관심도·접촉빈도의 통계량을 나타난 <표 2>를 보면, 한국에서 만들어진 미디어에 대한 관심도 평균값은 2003년이 3.96으로 3점에 응답한 경우가 가장 많았던 것에 반해 2008년도의 평균값은 4.78로 7점(매우 관심 있음)에 응답한 케이스가 가장 많다는 것을 알 수 있다. 또한 2003년과 2008년의 표준편차를 비교해보면 2003년에는 2.024로 평균값(3.96)을 중심으로 폭넓게 분포하고 있는 것에 비해 2008년에는 표준편차가 1.803으로 평균값(4.78)을 중심으로 집중적으로 분포하고 있음을 알 수 있다. 이는 응답자의 관심도가 전체적으로 증가했다는 것을 의미하고 있다.

다음으로 2003년과 2008년의 한국에서 만들어진 미디어 접촉빈도를 비교해보면 2003년에는 3점 응답, 즉, 「일 년에 몇 회」 접촉한 케이스가 많았던 것에 반해 2008년에는 6점 응답(「일주일에 몇 회」)이라는 응답이 가장 많은 것으로 나타났다. 한국에서 만들어진 미디어에 대한 접촉빈도의 증가는 2003년에 비해 조사시점(2008년)에서 재일한국·조선인이 일상적으로 한국에서 만들어진 미디어에 접촉하고 있다는 것을 의미하고 있다.

이상에서 살펴본 바와 같이 재일한국·조선인의 「한류」 경험은 「조국」에 대한 구체적인 지식이나 이미지를 갖고 있지 않은 재일한국·조선인에게 「조국」의 현재 모습과 정보를 전해준 중요한 계기가 되었다. 또한 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉 상황을 보면 재일한국·조선인이 한국에서 만들어진 미디어를 단순히 「봄」으로 받아들인 것 보다는 일상적으로 접촉하고 있음을 알 수 있다.

재일한국·조선인의 다양화라는 맥락에서 「한류」 미디어 접촉 경험의 특질을 논하기 위해 다음 절에서는 「한류」 미디어 접촉현황을 개인레벨에서 분석하고자 한다. 특히 「한류」 미디어를 단순한 미디어가 아닌 「조국」 미디어로 받아들인 경우를 살펴보면서 「한류」 미디어 접촉 경험과 재일한국·조선인의 다양화 양상과의 관계를 고찰해 보도록 하겠다.

II-3. 「한류」 미디어를 「조국」 문화로 받아들인 이들

1절에서도 언급한 바와 같이 재일한국·조선인의 일본정주 역사가 장기화됨에 따라 재일한국·조선인 내에서도 다양한 배경과 의식을 가진 이들이 증가하고 있다. 재일한국·조선인의 다양화는 곧 「조국」이나 자신의 뿌리에 대한 의식의 다양성을 의미하며, 1970년대 이후 본격적인 세대교체가 이루어지면서 다양화가 급속도로 진행되고 있다. 국적은 한국적이나 기호로서의 조선적을 가지면서도 한글습득의 기회나 「조국」의 문화에 접할 기회를 얻지 못하고 성장한 세대의 증가와 일본인과의 결혼비율 증가도 재일한국·조선인의 다양화를 만들어낸 주요한 원인이 되고 있다.

이와 같은 현실을 고려해 볼 때 「조국」에 대한 실질적인 이미지를 갖고 있지 않거나 한글학습 경험 없이 일본사회 내에서 생활하고 있는 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉경험은 단지 한국에서 만들어진 미디어에 접촉하는 것뿐만 아니라 자신의 「조국」에 대해 새롭게 인식하게 되는 계기가 되었을 것이다. 본 절에서는 2절에서 살펴본 재일한국·조선인의 「한류」 경험이 가진 의미 분석을 바탕으로 「조국」 문화에 접할 기회를 얻지 못한 이들의 「한류」 경험에 초점을 맞춰보고자 한다. 실제로 「조국」에 대한 한정된 지식이나 정보를 가지고 있는 이들이 가진 배경은 다양하지만, 본 논문에서는 이제까지 재일한국·조선인의 다양화된 양상을 설명하는데 있어서 중요한 요소로 작용해온 세대와 민족학교 경험유무라는 두 가지 요소를 중심으로 「한류」 미디어 접촉의 의미를 고찰해 보고자 한다.

2절에서 살펴본 바와 같이 재일한국·조선인이 한국에서 만들어진 미디어를

일상에서 접하게 된 것은 1990년대 이후라고 할 수 있다. 특히 2000년대 이후 한일 문화교류가 활발해지면서 일본미디어에서도 한국에 관한 정보를 접하는 것이 가능해졌고, 한국의 현재 대중문화가 다량으로 유입되기 시작한 것은 일본사회가 「한류 붐」을 경험한 시기와 맞물려있다. 한국에 대해 무지했던 많은 일본인들이 「한류 붐」을 통해 한국을 새롭게 평가하게 되었다는 것은 여러 연구가 공통적으로 지적하고 있는 부분이다(岩淵 2004, 2007; 毛利編 2004; 石田佐恵子 2007 등).

그렇다면 재일한국·조선인 각 세대는 「한류」를 어떻게 받아들였을까. 세대에 따른 「조국」에 대한 의식의 차이는 「한류」 미디어에 대한 관심도와 접촉에 어떤 영향을 미쳤는지 <표 3>을 통해 생각해보도록 하자.

<표 3>은 한국에서 만들어진 미디어에 대한 관심도·접촉빈도를 세대별로 비교한 것이다. 「한류 붐」의 정점을 이루었던 2003년과 조사시점(2008년)사이의 세대별 관심도를 비교해보면, 2003년의 관심도 평균은 2세가 4.67, 3세가 3.70, 4세가 3.13, 「기타」가 2.33으로 2세가 다른 세대들에 비해 「한류 붐」이라 불리던 2003년도부터 한국에서 만들어진 미디어에 강한 관심을 가지고 있었음을 알 수 있다.

<표 3> 세대별 한국에서 만들어진 미디어에 대한 관심도·접촉빈도(2003년 2008년 비교)

	2003년 관심도			2008년 관심도			2003년 접촉빈도			2008년 접촉빈도		
	도수	평균	표준 편차	도수	평균	표준 편차	도수	평균	표준 편차	도수	평균	표준 편차
전체	115	3.96	2.024	114	4.78	1.803	115	3.98	1.782	115	4.70	1.752
2세	43	4.67	2.009	42	5.12	1.549	43	4.47	1.653	43	4.95	1.327
3세	57	3.70	1.945	57	4.47	1.891	57	3.91	1.806	57	4.54	1.833
4세	8	3.13	1.959	8	4.75	1.982	8	2.50	1.512	8	4.38	2.326
기타	6	2.33	1.506	6	5.50	2.345	6	3.17	1.835	6	5.50	2.345

*관심도: 1점) 전혀 관심 없음 7점)매우 관심 있음

*접촉빈도: 1점)전혀 없음 2점)일 년에 한번 정도 3점)일 년에 몇 회 4점)한 달에 한번 5점)일주일에 한번 정도 6점)일주일에 몇 회 7점)거의 매일

*부모 중에 한 쪽이 일본인이거나 한국(뉴커머)·일본 이외의 외국인인 경우 「기타」로 명칭을 통합하였다.

*무응답을 제외하고 집계하였기 때문에 합계가 117이 되지 않는 경우가 있음.

또한 「한류 붐」이 정점을 이루었던 2003년에는 「한류」 미디어를 포함한 한국에서 만들어진 미디어에 거의 접촉하고 않았던 3·4세나 「기타」의 그룹

이 조사 시기에는 한 달에 한 번 이상(4.38)이나 일주일에 몇 회 이상(5.50)의 빈도로 빈번하게 한국에서 만들어진 미디어에 접촉하고 있는 것을 알 수 있다.

그러나 여기서 조사 시기(2008년)에 나타난 한국에서 만들어진 미디어에 대한 관심도나 접촉빈도가 2003년의 경향과는 크게 다르다는 점에 주목할 필요가 있다. 2003년과 2008년 사이에 한국에서 만들어진 미디어에 대한 관심도 증가량은 2세가 0.82, 3세가 0.45, 4세가 0.77, 「기타」가 3.17로서 「조국」에 대한 구체적인 이미지나 지식이 한정되어 있는 3·4세나 「기타」에 속하는 이들이 「한류」 미디어를 포함한 한국에서 만들어진 미디어에 이전보다 강한 관심을 보이고 있음을 알 수 있다.

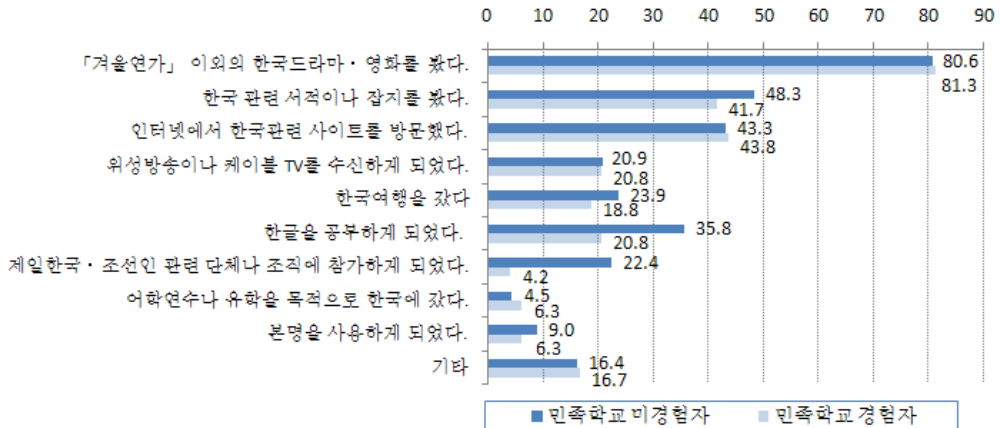
「조국」 문화에 한정적으로 접하고 있던 3·4세나 부모 중 한 쪽이 일본인이나 일본인 이외의 외국인인 「기타」 그룹에 속한 이들이 「한류 붐」이라는 현상을 통해 한국에서 만들어진 미디어에 관심을 가지고 일상에서 빈번하게 접촉하게 되었다는 것은 무엇을 의미하는 것일까. 이들이 2세에 비해 한글학습 경험이나 민족학교에 다닌 비율이 현저히 낮다는 것을 감안하여 본다면 <표 3>에서 보이는 이들의 「한류」 미디어에 대한 관심도 증가와 접촉빈도 증가는 2세의 경험과는 구별하여 생각해야 할 것이다.

3·4세나 「기타」 그룹에 속한 이들의 「한류」 미디어 접촉 경험이 가지는 의미를 좀 더 구체적으로 살펴보기 위해 3·4세나 「기타」 그룹에 속한 이들이 가지는 공통적인 특징 중에 하나인 민족학교 경험유무를 기준으로 「한류」 미디어 접촉 경험이 가지는 의미를 생각해 보도록 한다.

<도표 3>은 「한류」 미디어 접촉이후에 응답자가 행한 행동을 민족학교 경험 유무에 따라 분류한 것이다.

<도표 3>을 보면 민족학교 경험자와 미경험자 사이의 차이가 현저하게 나타나는 항목은 「재일한국·조선인 관련단체나 조직에 참가하게 되었다」 「한글을 공부하였다」 「한국여행을 갔다」와 같은 항목이다. 「한류」를 계기로 이와 같은 행동을 한 비율은 민족학교 미경험자에서 높게 나타나고 있다. 민족학교 미경험자가 다수 포함되어 있는 3·4세나 「기타」 그룹의 한국에서 만들어진 미디어에 대한 관심도나 실제 접촉빈도가 「한류 붐」 시기(2003년)보다 조사 시기(2008년)에 높게 나타났던 것을 고려해보면, 이와 같은 행동은 「한류」 미디어와 밀접하게 연관되어 있음을 알 수 있다.

이러한 측면에서 보면 민족학교 미경험자가 「한류」 미디어를 접한 것은 단순히 미디어로서의 접촉일 뿐만 아니라 「조국」의 미디어로서의 접촉을 의미한다. 또한 이와 같은 「조국」 미디어 접촉경험이 「조국」에 대한 실질적 이



<도표 3> 민족학교 경험유무에 따른 「한류」 미디어 접촉 이후의 행동(%) (복수응답)

미지를 갖고 있지 않은 재일한국·조선인들에게 「재일한국·조선인으로서의 자기」에 대한 새로운 인식을 불러일으킨 경험이었다는 점에서 일본인의 「한류」 경험과는 대비되는 독자성을 가지고 있다.

III. 결론을 대신하여

지금까지 재일한국·조선인의 「한류」 경험이 가지는 독자성을 재일한국·조선인의 다양화와 「조국」 문화와의 접촉이라는 측면에서 고찰해 보았다. 일본 사회 내에서 「한류 붐」은 한국 배우나 드라마의 열성 팬이 만들어 낸 일시적인 「붐」으로 해석되거나 소비주체로서 여성이 가지는 역할에 대해 논하는 연구들이 다수를 이루었다. 그러나 일본사회 내에서 정주역사가 긴 재일한국·조선인의 현재 상황이라는 각도에서 「한류 붐」을 포함하는 「한류」 현상을 재점검해보면 재일한국·조선인의 「한류」 미디어 접촉 경험은 단순한 미디어 접촉이나 일시적인 「붐」이 아닌, 이제까지 한정적으로 접해오던 「조국」의 현재 대중문화나 정보를 다량으로 접할 수 있게 된 계기였다고 할 수 있다.

또한 민족학교 미경험자가 「한류」를 계기로 행한 행동을 나타내는 「재일한국·조선인 관련단체나 조직에 참가하게 되었다」「한글을 공부하였다」「한국여행을 갔다」「본명을 사용하게 되었다」와 같은 항목이 가지는 특징에 주목할 필요가 있다. 이와 같은 항목은 「한류」 미디어와는 직접적으로 관련이 없는 재일한국·조선인으로서의 의식변화가 동반된 행동이라는 특징을 가지고 있다.

더욱이 재일한국·조선인 중에서도 「조국」에 대한 실제적인 경험이나 이미지를 갖고 있지 않은 이들에게 「한류」미디어는 「조국」미디어로서의 역할을 감당하였으며 「조국」문화로서 「한류」미디어가 가지는 가능성은 민족학교 미경험자가 「한류」이후에 「재일한국·조선인 관련단체나 조직에 참가하게 되었다」「한글을 공부하였다」「한국여행을 갔다」「본명을 사용하게 되었다」고 응답한 비율이 민족학교 경험자에 비해 현저히 높았던 것에서 찾아볼 수 있었다.

이와 같은 결과는 재일한국·조선인의 다양화, 그 중에서도 이제까지 재일한국·조선인을 규정해오던 혈연·국적·언어 등의 요소가 더 이상 기준으로서 역할을 다하지 못하는 현실에서 「조국」문화가 지니는 영향력과 의미를 연구하기 위한 첫 걸음이 될 것이다.

【参考文献】

- 福岡安則(1993) 『在日韓国・朝鮮人』中央公論社
- 福岡安則・金明秀(1997) 『在日韓国人青年の生活と意識』東京大学出版会
- 原尻英樹(1998) 『「在日」としてのコリアン』講談社
- 石田佐恵子・木村幹・山中千恵編(2007) 『ポスト韓流のメディア社会学』ミネルヴァ書房
- 岩淵功一(2004) 「韓流が『在日韓国人』と出会ったとき——トランスナショナル・メディア交通とローカル多文化政治の交錯」毛利義孝編『日式韓流——「冬のソナタ」と日韓大衆文化の調査時点』せりか書房. p.112-53頁
- (2007) 『文化の対話力——ソフト・パワーとブランド・ナショナリズムを超えて』日本経済新聞出版社
- 姜在彦(1996) 『「在日」からの視座』新幹社
- 김치ョン미(1998) 「侵略の共同体と抵抗の共同体——故郷(코حيان)と他郷(타حيان)のかなかに」『ほるもん文化』8,新幹社. p.41-56頁
- 金知栄(2009) 「『祖国』メディアがポスト越境世代の民族アイデンティティに及ぼす影響——在日韓国・朝鮮人の『韓流』メディア接触を中心に」一橋大学大学院社会学研究科修士論文
- 金敬得(2005) 『新版 在日コリアンのアイデンティティと法的地位』明石書店
- 金時鏡・尹健次(2005) 「<対談>『在日』を生きる」藤原書店編集部編『歴史のなかの「在日」』藤原書店. p.407-51頁
- 金泰泳(1999) 『アイデンティティ・ポリティックスを超えて——在日朝鮮人のエスニシティ』世界思想社
- 毛利義孝編(2004) 『日式韓流——「冬のソナタ」と日韓大衆文化の調査時点』せりか書房
- 宋連玉(2007) 「在日朝鮮人にとっての<韓流>」徐勝・黄盛彬・庵途由香『「韓流」のうち外——韓国文化力と東アジアの融合反応』御茶の水書房. p.237-50頁
- 徐勝(2008) 『だれにも故郷はあるものだ——在日朝鮮人とわたし』社会評論社
- 上田正昭・姜尚中・杉原達・朴一, 2005, 「<座談会>歴史のなかの「在日」」藤原書店編集部編『歴史のなかの「在日」』藤原書店. p.11-88頁
- 尹健次(1999) 「재일동포의 사회운동과 아이덴티티」, 강덕상·정진성 외 『근·현대 한일관계와 재일동포』서울대학교 출판부. p.285-315頁
- (2001) 『「在日」を考える』平凡社

要 旨

本論文は、在日韓国・朝鮮人の「韓流」経験を「祖国」メディアとの接触という側面から分析した研究である。これまで「韓流」は日本の中高年の女性が作り上げた「ブーム」として認識されてきた。だが、在日韓国・朝鮮人の「韓流」経験は「祖国」に対する具体的なイメージをもたない世代が増えるなかで言語の制約なしに「祖国」メディアに接触するきっかけになった。

本論文を通して明らかになった点は次の二つである。第一に、五割以上の回答者が「韓流」をきっかけに韓国で作られたメディアに接触するようになったこと、六割以上の人びとが「韓流」ブーム（2003年）以前に韓国を訪問した経験がなかったことが明らかになった。このような結果は多くの人びとにとって「韓流」というものが、単に「祖国」メディアへの接触きっかけになっただけでなく、「祖国」メディアを通して「祖国」の風景や生活様式を「韓国」そのものとして受け入れる経験となったことを意味している。

第二に、世代が「祖国」メディアへの関心の度合いや接触頻度に及ぼした影響をみると、二世が「韓流」ブームの時期（2003年）から「祖国」メディアに強い関心を持ち頻繁に接触していたのに対し、四世や父親が日本人、あるいは、日本以外の外国人である人は、調査時点（2008年）の「祖国」メディアへの関心の度合いや接触頻度が「韓流」ブームの時期（2003年）より著しく高くなっていることがわかった。また、民族学校の未経験者かもつ「祖国」メディアへの関心の度合いや接触頻度が「韓流」ブームの時期（2003年）より調査時点（2008年）のほうが高いことがわかった。

キーワード： 韓流、祖国文化、在日韓国・朝鮮人

투 고 : 2009. 2. 28

1차 심사 : 2009. 3. 14

2차 심사 : 2009. 3. 28