

일본문화교육의 다양화를 위한 방법과 가능성 모색

안 지 영*

(e-mail : ajy@daegu.ac.kr)

<目次>

- | | |
|-------------------|----------------------------------|
| 1. 들어가며 | 2.3. 일본문화교육의 관점에서 본 「COOL JAPAN」 |
| 2. 학습자 주체의 일본문화교육 | 3. 「COOL JAPAN」과 일본문화교육의 가능성 |
| 2.1. 문화와 문화교육 | 4. 마치며 |
| 2.2. 학습자 주체의 교육 | |

キーワード : 일본문화교육(Japanese Cultural Education), 학습자 주체(Learner-Centered Education), 문화 개념화(Conceptualization of Culture), 문화 재고(Reexamination of Culture), 쿨 재팬(COOL JAPAN),

1. 들어가며

세계화 시대가 도래한 오늘날 이문화간의 커뮤니케이션은 점점 더 중요해지고 있다. 이러한 맥락에서 다양한 언어습득과 이해의 필요성이 증대되고 있으며, 나아가 언어 저변에 깔려 있는 문화에 대한 이해의 중요도도 높아지게 되었다.

세계화에 대한 이와 같은 사회적 요구에도 불구하고 현재 한국의 일본어교육은 현실적이며 실용적인 언어 교육에만 중점이 놓여있다. 이러한 상황에서 교육이 지향해야 할 가치 기준을 설정하고 교육 방향성에 대한 가이드라인을 제시하여 국제적 소양을 갖춘 인재 양성이 절실하며, 현 교육에서는 단순한 언어교육만이 아니라 ‘문화교육’에 대한 중요성이 재차 강조되어야 할 것이다.

그러나 실제 사용되고 있는 교재에서 ‘일본문화 콘텐츠’를 조사해 보면, 일본

* 대구대학교, 조교수, 일본어학 및 일본어교육

의 일상생활이나 연중행사, 대중문화, 전통문화 등을 중심으로 하여 소개되어 있는 경우가 많다. 이것은 특수성을 나타내는 스테레오타입의 일본문화 요소가 강하게 반영된 것이라 할 수 있다. 대학의 경우를 조사해도 별반 다르지 않을 것이다.

교재 속 일본문화 콘텐츠 외에 2015년 교육부 고시 개정교육과정의 외국어교육 과정을 살펴보면, 외국어 교육에 관하여 다음과 같은 기술을 확인할 수 있다.

외국어 교육은 고등학교의 외국어 전문 교육은 미래의 주역으로서 시대적 변화에 능동적으로 대처할 수 있는 의사소통 능력과 국제적 감각을 기르고 다원적인 가치를 수용하고 더불어 살아갈 수 있는 역량을 넓혀 가기 위한 것으로, 외국어 의사소통능력 함양은 학생의 진로에 맞는 지식과 기능을 익히고, 다양한 분야의 지식과 경험을 융합하여 창의적으로 문제를 해결하며, 다양한 문화를 이해하고 세계와 소통하는 세계 시민의 자질과 태도를 기르는데 기반이 된다고 할 수 있다. (중략) 외국어의 소질과 재능을 가진 학생들에게 외국어 전문 교육을 실시함으로써 외국어에 대한 이해와 표현 능력을 길러 유창하게 의사소통을 할 수 있는 능력을 기르고, 해당 언어권의 문화와 사회에 대한 바른 이해를 통해 창의성과 인성을 갖춘 세계 시민 의식을 배양하는 과목이다.

- 가. 외국어 학습에 지속적 관심을 보이고, 외국어 사용에 대한 자신감을 높인다.
- 나. 다양한 주제에 관해 듣거나 읽고 이해하여 자신의 의견을 논리적으로 표현한다.
- 다. 다양한 주제에 관해 상황과 목적에 맞게 외국어로 의사소통능력을 함양한다.
- 라. 각 문화의 차이에 대한 바른 이해를 토대로 세계 시민으로서의 역량을 기른다.
- 마. 외국어 학습을 통하여 탐구적, 창의적 사고 능력을 기른다.

이와 같은 외국어교과 개요와 목표 외에도 「일본문화」 과목에 대하여 다음과 같이 공시되어 있는데, 내용은 다음과 같다.

「일본문화」 과목의 목표와 내용 체계 및 성취기준¹⁾

일본 문화

1. 목표

일본의 언어·비언어 문화와 일상생활 문화, 전통문화, 대중문화 등을 이해함으로써 우리 문화와 일본 문화의 공통점과 차이점을 알고 상호 문화적인 관점에서 배려와 존중의 태도와 세계 시민 의식을 기른다.

2. 내용 체계 및 성취기준

가. 내용 체계

내용 범위	내용	기능
어휘	<ul style="list-style-type: none"> • 일본의 기본 의미와 과정 의미 • 관용의 표현 • 문화의 관련된 낱말의 이해 • 교육과정 내용 고차 영역에 교육과정 1별표 1)에 제시된 기본 어휘를 중심으로 1,200개 내외의 낱말을 사용한다. 	<ul style="list-style-type: none"> • 상황에 맞게 표현하기 • 이해하기
소개	<ul style="list-style-type: none"> • 일본 개관(행정구역, 지리, 인구, 기후, 관방 명소 등) • 언어문화(서체 방법, 순서·기원 방법, 정어법, 호칭 방법, 표현적 특징 등) • 제언어 문화(손짓, 몸짓 등) • 일상생활 문화(가정생활, 학교생활, 사회생활, 교통 및 통신, 의·식·주, 스포츠, 여행, 환경, 위기관리, 언론·영상, 마쓰리, 음악·시각 등) • 전통문화(예능, 유희·가무기, 노, 유희기 등) 	<ul style="list-style-type: none"> • 내용을 요약하기 • 조사하여 정리하기 • 발표하기 • 표현하기

내용 범위	내용	기능
	<ul style="list-style-type: none"> • 대중문화(노래, 만화, 애니메이션, 드라마, 영화 등) • 예술문화(문학·가곡, 미술, 건축 등) • 가래(역사, 경제 등) • 위에 제시한 소재는 선택적으로 다룰 수 있다. 	

나. 성취기준

[12일본-01-01] 일본인의 언어·비언어 문화 등을 이해하여 상황에 맞게 표현한다.

[12일본-01-02] 일본의 개관, 일상생활 문화, 전통문화, 대중문화, 예술문화 등에 대해 이해한다.

[12일본-01-03] 일본의 개관, 일상생활 문화, 전통문화, 대중문화, 예술문화 등에 관한 글을 읽고 주제를 찾거나 내용을 요약한다.

[12일본-01-04] 일본의 개관, 일상생활 문화, 전통문화, 대중문화, 예술문화 등에 대해 조사하여 정리한다.

[12일본-01-05] 일본의 개관, 일상생활 문화, 전통문화, 대중문화, 예술문화 등에 대해 조사하여 발표·토론한다.

[12일본-01-06] 상호 문화적 관점에서 한국 문화와 일본 문화의 공통점과 차이점을 이해하고 표현한다.

이와 같이 외국어 교육에 있어 문화교육에 관한 중요성은 강조되고 있으나, 실제 커리큘럼이나 수업에서 일본문화라는 개념은 단편적으로 반영되고 있다. 그 이유로 들 수 있는 것은 한국에 있어 일본문화에 관련된 구체적인 지침이 제시되고 있지 않기 때문이라 할 수 있다. 단적으로 말하면, 현행 일본어 교육에 있어서 「문화」라는 개념의 특수성만이 부각되어 초래된 혼란이라 할 수 있을 것이다. 즉, 현재 외국어교육에 있어서의 문화에 대한 정의가 애매하며, 기존의 문화교육이 답습되고 있다는 것이다.

문화의 정의는 매우 다양하다. 그 중의 하나로, 문화란 ‘인간이 자연 및 사회 환경에 적응하는 폐쇄적 행동 형태이며, 집단내의 공통적인 행동 양식과 인간에 의해 형성된 유무형 산물을 포함하는 것’이라는 정의가 있다. 앞서 예로 든 문화는 유형의 산물만이 문화에 포함되어 있다. 그러나 문화라는 것은 유형의 문화만이 아니라 무형의 문화까지도 포함된다고 할 수 있다.

따라서 본 논문은 유형·무형의 일본문화를 종합적으로 개념화하고 이를 보다 효과적으로 교육현장에 도입을 위한 기초연구로, 학습자가 주체가 되어 문화를 정의해 보고자 한 것이다.

금후 이러한 연구를 기반으로 학습자 중심의 일본문화 개념화 속에서 나타

1) 교육부(2015) 제2외국어과 교육과정, 교육부 고시 제2015-74호

나는 한국인 학습자들의 아이덴티티 표출과정 및 변용 양상 등을 살펴봄으로 문화와 언어, 그리고 아이덴티티의 상관관계에 대하여 정립해 나갈 것이다. 이러한 고찰을 통해 한국인 일본어학습자들에게 맞는 새로운 연구방법론이 정립되어 일본어교육에 있어 새로운 방향성을 제시 할 수 있을 것으로 생각된다.

2. 학습자 주체의 일본문화교육

2.1. 문화와 문화교육

한 나라의 언어를 배운다는 것은 그 나라의 문화를 배우는 것이라 할 수 있다. 즉, 언어를 배움으로써 그 사회를 알아가는 것과 동시에 문화를 이해하는 것이라 할 수 있다. 이 때 학습자는 타인과의 커뮤니케이션 과정 속에서 그 사회를 인식하고 문화를 익혀간다. 따라서 언어를 배운다는 것은 상호간의 커뮤니케이션 행위를 통한 사회화 접촉이라 할 수 있다.

문화라는 것은 한마디로 정리하기 어려운 것으로, 이에 대하여 다양한 견해가 있다. Rivers(1981)²⁾는 문화의 개념을 civilization과 culture로 분류하고 있다. 이 중 civilization은 지리, 역사, 예술, 문학 등을 가리키며, culture는 이런 것들을 모두 포함하면서도 생활방식, 종교, 언어, 관습, 가치관 등에 더 비중을 둔 것을 가리킨다. 외국어 교육에서는 culture를 중심으로 하는 civilization의 소개가 필요하다고 보았다.

한편 Brooks(1964)³⁾는 일상 생활양식으로서의 문화가 외국어 교육에서 가장 필수적 요소라고 주장하고 있다. 이것을 더욱 세분화하여 형식문화(formal culture)와 심층 문화(deep culture)로 분류하고 있다. 형식문화로는 개인이 중심이 되는 생일 축하, 약혼, 결혼, 장례식, 형벌 등이 포함되며, 심층 문화로는 유아 때부터 일생 동안 지속적이며 무의식적으로 형성되는 것이 포함된다.

Ogburn(1946)⁴⁾은 문화를 물질문화와 비물질문화로 정의하였다. 비물질 문화에는 학문, 예술, 종교 등의 정신문화와 습관, 민족, 제도 등의 행동문화로 구분하였다. 물질문화에는 건축물, 주거와 가옥, 의복 등이 포함되며, 행동문화에

2) Rivers(1981) 『Teaching Foreign Language Skill』 (2nd ed), University of Chicago Press.

3) Brooks(1964) 『Language and Language Learning』 New York :Harcourt Brace and World.

4) Ogburn(1946) 『Machines and Tomorrows world』 Public Affairs Pamphlets No25.

는 예절, 사회제도, 생활방식 등이 포함된다.

이상과 같이 문화의 범주는 그 기준에 따라 다양하게 분류될 수 있다. 그러나 그 사회 구성원들이 가지고 있는 생활양식이나 관습, 철학, 사상 등 그 사회에서 통용되는 정신적인 부분과 역사, 예술, 문화 및 의복과 음식 등 물질적인 부분으로 나눌 수 있을 것이다. 일본 문화 교육 시, 이러한 영역을 정확하게 나누기보다는 정신적인 부분과 물질적인 부분, 그리고 특수성과 보편성을 인정하며 적절하게 도입하는 것이 더 중요할 것으로 생각된다.

일본에서 일본 문화교육에 관하여 논해지기 시작한 것은 1990년대가 되어서이다. 그 이전까지는 일본민족론이나 일본문화론 등에 관한 개설적인 것들이 주를 이루었으며, 일본어 교육의 입장에서는 거의 논의되지 않았다. 2000년을 전후로 일본문화에 대한 구체적이고 체계적인 개념이 요구됨에 따라 이문화간 커뮤니케이션에서 발생한 문제를 기초로 하여 일본어 교육적 관점에서도 연구가 진행되기 시작한다. 이와 같은 연구는 일본어교육에도 영향을 미치게 되고, 이문화 속에서 육성해야 할 커뮤니케이션 능력이 주장되게 된다. 이러한 흐름 속에서 일본사정(日本事情)이라는 문화 관련 수업 등이 개설되면서 일본문화 스테레오타입화가 조성되기 시작하고, 이에 대한 반발로 문화교육에 대한 재고의 목소리가 높아지게 된다. 즉, 문화라는 것은 다양하고 동적인 것으로 파악되기 시작하며, 타문화의 이해 과정을 학습자 개인의 문화로 내재화시키려는 시도도 이루어지게 된다. 또한 이러한 과정에서 문화학습 시 어떠한 지식이 습득되고 있는가가 아니라 어떻게 학습되고 있는가라는 점에 주목하게 된다.

최근 일본어 교육의 동향을 살펴보면, 단지 ‘일본어 지식의 전수’가 아니라 ‘커뮤니케이션 능력 습득’으로 변화해 가고 있다. 이러한 상황 속에서 일본 문화에 대한 교육은 학습자에게 스테레오타입의 일본문화를 주입하는 것이 아니라, 일본문화의 다양한 측면을 동적인 것으로 파악하여 고정적이지 않다는 것을 인식시키는 것이 무엇보다도 필요할 것이다. 이와 함께 학습자는 주체적으로 자문화와 다른 이문화에 대한 위화감을 실제로 느끼고 이를 통해 자신과 다른 것에 공감하며 이러한 자문화와 이문화 속에서 조화를 이룬 아이덴티티를 형성해 가는 것이 현재 한국 일본어 교육에 있어서의 급선무 되어야 할 사항이라 할 수 있다.

현재 일본어교육에 있어서 패러다임의 변화가 요구되고 있으나 정체를 보 내고 있다고 해도 과언이 아니다. 앞으로는 학습자들의 구체적인 커뮤니케이션

행위를 통해 타인과의 상호관계를 파악해 갈 수 있는 과정에서 문화의 개념이 도입되어야 할 것으로, 이것이야말로 언어와 문화가 조화를 이루는 진정한 일본문화교육이라 할 수 있을 것이다.

2.2. 학습자 주체의 교육

‘학습자 주체’라는 개념은 ‘학습자 중심’이라는 Nunan(1988)의 개념에서부터 파생된 것으로, 학습자의 관심과 요구를 중시하는 것 외에 학습자와 교사가 서로 이야기 하면서 학습 방법과 내용을 정해가는 과정을 중요시한다는 것이다. 즉, 학습자가 스스로의 학습 내용과 방법을 결정해 가기 위한 능력을 중요시하는 개념이라 할 수 있다.

이와 같은 ‘학습자 중심’은 岡崎·岡崎(1990)에 의해 새로운 모습으로 나타난다. 학습자가 현실세계에서 커뮤니케이션을 하기 위한 능력향상은 학습자 스스로가 체득할 수밖에 없으며, ‘학습자 중심 지도’를 해야 한다는 것이다. 또한 학습자가 원래 가지고 있는 ‘학습 내용에 대한 관심’ ‘사회성’ ‘이문화성’의 세 가지에 주목하였는데, 특히 ‘이문화성’에 주목한 것이 특기할 만하다. 즉, 학습자가 이문화에서 살아가는 아이덴티티를 핵으로 자문화로의 자각을 촉진하는 것이 시작되며, 자문화의 정보를 표출하게 되어 결과적으로 학습자는 자문화를 타인에게 소개하는 주체로서 아이덴티티를 획득할 수 있다는 것이다. 또한 이문화에서 생활하기 위해서는 자문화로 만들어진 아이덴티티를 확립한 후, ‘다양한 시각, 이문화에 대한 다각적인 시점’을 허용하는 태도가 필요하다고 하였다. 즉, 자문화를 축으로 하여 학습자는 아이덴티티를 획득하고, 이를 통해 이문화에서 살아가기 위한 능력을 길러가는 것을 주장한 것이다.

뒤이어 細川(1995)에 의해 ‘학습자 주체’라는 용어가 제시되는데, 이것은 ‘학습자의 문제의식을 도출한다’라는 점을 중시한 개념이다. 커뮤니케이션 수단으로서의 일본어 습득을 목적으로 하는 것이 아니며, 일본문화와 사회를 이해하는 것이 일본어교육의 목적이며 이를 통해 커뮤니케이션 수단으로서 일본어가 습득된다고 간주한다. 즉, 학습자가 자신의 일상에 입각한 문제의식을 갖고 일본을 재조명하는 것이 필요하며, 이를 통해 학습자는 일본을 보는 자신의 시각을 획득하고, 나름대로 일본문화를 이해하면서 일본에 적응하는 능력을 기르는 동시에 자문화를 상대화하여 자신의 역할을 자각한다는 것이다. 이 때 학습자들은 스스로가 ‘아이덴티티’를 구축하기도 하고 변용하기도 한다.

이상과 같이 ‘학습자 주체’에 관한 이론은 다각도로 연구가 되어 왔다. 이를 일본문화교육과 접목해 본다면, 학습자가 일본문화를 인식하고 이를 스스로 자문화와 비교하는 과정을 통해 문화를 개념화하게 되고 이러한 과정 속에서 스스로의 아이덴티티 확립에까지 영향을 줄 수 있다는 점에서 그 의의가 있다.

2.3. 일본문화교육의 관점에서 본 「COOL JAPAN」

그렇다면 이러한 이론을 기초로 학습자가 주체가 되어 일본 문화에 대한 개념화 및 문화교육을 어떻게 도입하여야 할 것인가?

본 논문에서는 일본 문화정책인 「COOL JAPAN」과 관련된 문화 콘텐츠를 살펴봄으로서 그 방법을 모색하고자 한다.

「COOL JAPAN」이란 만화나 애니메이션으로 팝 컬처나 크리에이티브산업 등을 주요로 한, 일본발신의 세계가 인정하는 문화 혹은 그러한 문화를 적극적으로 세계에 발신하고자 하는 다양한 노력 등을 일컫는 말이다.

주지하다시피, 「COOL JAPAN」은 2000년대 일본이 내세웠던 대외문화정책으로, ‘멋진’이라는 의미의 「COOL」과 일본의 영문명인 「JAPAN」의 합성어이다. 2002년 『Foreign Policy』 잡지에 더글러스 맥그레이(Douglas McGray)가 「Japan’s Gross National Cool」⁵⁾이라는 글에서 일본의 애니메이션, 게임 등을 비롯한 일본 대중문화의 소프트 파워를 논하며 일본문화의 매력과 잠재력에 대하여 극찬하였다.

이 후 「COOL JAPAN」이라는 용어는 2005년부터 본격적으로 사용되기 시작하였으며, 일본의 경제산업성(經濟産業省)에는 2010년 쿨재팬실(クール・ジャパン室)가 설치되는 등 정부차원에서의 「COOL JAPAN」 추진 전략을 통해 콘텐츠·패션·디자인·관광서비스 등을 중심으로 일본의 매력을 해외에 발신하고 있다

5) <http://homes.chass.utoronto.ca/~ikalmar/illustex/japfpmcgray.htmhtml>(검색일2017.09.29.)

6) http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/index.html(검색일2017.09.29.)

일본 경제산업성의 쿨 재팬 정책 설명 자료6)

쿨ジャパン政策

● 「日本の魅力」の事業展開

ねらい

- ・ 国内人口の縮小や、従来型産業のピークアウトにより、**内需が減少**
- ・ コンテンツ、ファッション、地域産業、サービスなどの分野に注目
- ・ **日本の魅力を展開し、海外需要の獲得と共に関連産業の雇用を創出**

経済産業省の役割：クールジャパン政策を民間のビジネスにつなげ、世界へ広げる



コンテンツ



ファッション



衣食住



サービス



地域産品

関連商品販売等への波及効果、本物を求める訪日客の増加、日本での滞在・消費の拡大(インバウンド)

쿨ジャパン政策

● 課題と3つのステップ

課題

- ・ コンテンツや地域産品の海外展開に対して様々な支援策を講じ、成果が出ているものがある一方で、**経済的なビジネス展開に課題**
- ・ クリエイター、デザイナーや中小企業の中には、**海外拠点・海外連携先がない、資金調達が困難**等の理由により、海外展開へのハードルが存在

1. 日本ブーム創出

- コンテンツ海外展開支援
- インフルエンサー起用
- ふるさと名物の海外発信

2. 現地で稼ぐ

- 製品開発・チームづくり
- 現地企業とのマッチング
- テストマーケティング

3. 日本で消費

- クールジャパン資源による観光振興
- クールジャパン機構によるクールジャパン関連企業へのリスクマネーの供給
- JETROや日本政策金融公庫等による海外販路開拓支援

戦略的な海外展開

이와 관련하여 2016년 한국콘텐츠진흥원에서 조사한 「일본 콘텐츠산업동향」 7)에 따르면, 쿨 재팬의 붐과 더불어 프랑스에서는 재팬 엑스포(JAPAN EXPO)가 매년 개최되어 일본 콘텐츠를 중심으로 일본 팝 컬처가 전시되며 행사장 곳곳에서는 가라오케 대화 등의 즉석 이벤트도 진행되는 등 적극적인 참여는 물론 호응을 얻고 있다고 한다.

또한 미국에서도 애니메이션 엑스포(Anime Expo)가 개최되고 있는 등 일본 콘텐츠에 대한 관심이 높아지고 있다. 특히, 대만에서는 일본의 애니메이션이나 만화를 즐기는 것에 그치지 않고 직접 참여하는 세대들이 증가함에 따라, 가도카와 그룹(KADOKAWA CORPORATION)에서는 가도카와 국제애니메이션 학교를 오픈하여 애니메이터 육성에도 주력하고 있다.

그리고 애니메이션, 만화 이벤트를 외부성 재외공관에서 후원하는 사례가 증가하고 있는데, 이것은 일부 한정된 마니아들을 위한 것이 아니라, 일본 전통문화를 소개하는 기회를 제공하는 「Japan-Friendly 이벤트」로 확대되고 있다. 나아가 애니메이션과 캐릭터를 이용한 브랜드 재생을 동시에 꾀하고 있는데, 이는 쿨 재팬이 국가브랜드화로 연계되는 모습을 여실히 보여주는 예라 할 수 있다.

이와 같은 「COOL JAPAN」에 관한 연구에는 문화 발신을 통한 외교와 산업 정책의 전략적 수단으로의 관점에서 사용되고 있는 것과 국가 브랜드화를 통한 발신전략, 그리고 문화코드로의 개별 문화 특징에 관한 것으로 나눌 수

7) 한국콘텐츠진흥원(2016) 「일본 콘텐츠산업동향」 pp.1-4

있다. 이 중 정책 변화에 따른 외교전략으로 쿨 재팬을 분석한 논문이 대부분이나, 본 연구에서는 외교문화정책으로서의 쿨 재팬에 초점을 두는 것이 아니라, 외교문화정책 속의 콘텐츠에 주목하여 이를 일본문화교육과 연계하고자 한다.

진술하였듯이 다양한 형태로 세계에서 활약하고 있는 「COOL JAPAN」 중, 외국인의 눈으로 일본문화의 매력을 발견하는 프로그램인 NHK의 「COOL JAPAN～発掘！ かわいいニッポン」⁸⁾ 가 있다.



「COOL JAPAN～発掘！ かわいいニッポン」은 일본에 사는 외국인을 대상으로 그들이 보고 듣고 체험한 일본문화에 대하여 디스커션 후 일본문화에 관하여 논의하는 프로그램이다. 자국민들이 놓치기 쉬운 일본의 문화를 외국인의 눈으로 발굴하고 그 매력을 재발견하고자 하는 취지에서 만들어진 프로그램으로, 2006년 4월부터 현재까지 방송중이다. 일본 국내는 물론 해외에서도 시청할 수 있는 프로그램으로, 방송 홈페이지에 실려 있는 프로그램 내용은 이와 같다.

8) <http://www6.nhk.or.jp/cooljapan/index.html>(검색일2017.09.29.)

<표1> 「COOL JAPAN~発掘! かつこいいニッポン」의 프로그램 내용

연도	내용
2008	デコレーション 出産 試験 冬 買い物 庶民派グルメ 文房具 船来 広告 もったいない 友達 家電 農業 シンボル 鉄道 しつけ スイーツ 記念日 夏 吊う アイドル 日本男児 台所 写真 おもちゃ 大和撫子 インスタ ント 観光 地下 お父さん 酒 鍋
2009	縁起 大人 マンガ 温泉 健康 もったいない2 大阪 日本語 会社2 お母 さん 自動車 プライバシー 雨 明かり 婚活 願掛け 魚 踊り 夏の食べ もの 防災 ギャル 月 しょうゆ 外国人が選ぶニッポンのクールベスト20 育児 秋 入れもの 涙 贈答 ヒーロー
2010	ロボット 服 携帯電話 恥 田舎 本 睡眠 草食男子 お菓子 雑学 しぐ さ 麵 修学旅行 in 奈良 飲みもの コンビニエンスストア おばけ ミュ ージ엄 医療 스테이지 家 野菜 学校 お米 江戸 ことば 恋人 修行 洋食
2011	体型 家計 履物 安全 花 音楽 パン お土産 化粧 和菓子 髪 お弁当 礼儀 がんばれニッポン~外国人が見た東日本大震災 キッチン用品 テレビ 商店街 玩具 におい 水 朝ごはん 新幹線 お得 水族館 たたむ 果物 数字 ラーメン 絵 平泉 キレイ好き
2012	歳 谷根千 カレーライス 旅行 風呂場 引っ越し 渋谷 日本車 道の駅 マンガ 秋葉原 ご当地 すし 町工場 携帯ゲーム 里山 オリンピック熱 カラオケ お一人様 相撲 日本の木 おめでた 書道 牛肉 旅 京都スペ シャル 人形 女子 おもてなし
2013	ニッポン人への大ギモン! 紙 大学 テレビ 職人 塩 どんぶり 大人のお しゃれ 原宿 駅ビル おわび ダンス バス なぜストレスに耐えられるの? 育児教育 涼む 城 わび・さび 広告 自転車 レストラン 古武術 お取り 寄せ お礼 富士山 掃除道具
2014	浅草 ○○放題 コスプレ 居酒屋 和食 歌 工事 ネットコミュニケーション ン 文房具 新宿 ゆるキャラ ご当地グルメ 自動販売機 天ぷら 包む 船 お遍路 郷土芸能 まねる 写真 石 不思議なマナー おもちゃ ファッショ ン デパート 夜 卵 鍋
2015	ニッポン人への大ギモン! 防寒 犬 交通安全 みそ 男と女の出会い お墓 小学校 カワイイ2015 鉄道旅行 怪談 お茶 時間感覚 おまかせ 刃物 う ま味 数の不思議 橋 豆 なぜ日本人は叱らないのか 救助 野球 喫茶店 金沢 なぜ日本の夫婦は○○なのか? 着物 忍者 かたづけ
2016	世界が驚いたニッポン! 猿 声優 冬 老舗 海の幸 ハイテク生活 制服 部活 なぜ日本人は人前で○○するの? 弁当 猫 美容 外国人が選ぶ本当に かつこいいニッポン! 日本のシニア 外国人が選ぶCOOLな木曾路 馬籠宿~ 妻籠宿 和製料理 築地 教えて外国人! 日本の18歳って大人なの? 日帰りレ ジャー 模様 なぜ外国人は○○するの? 主婦 日本そば 本 ゲーム き のこ 和食器 洗濯 ボランティア お金

2017	世界が驚いたニッポン！ 日記 家具 ガバン なぜ外国人は〇〇するの？ 世界に羽ばたく日本企業 「雪国」～出張COOL JAPAN in新潟～ わざび 外国人が選んだ京都の魅力 パッケージ 宅配 美術館 ホテル なぜ結婚で〇〇するの？ 歯 お菓子 盆栽 夏の房総 上野 なぜ日本の家は〇〇なの？ 釣り 冷たい麵 怪談 少女漫画 虫 ビール 電車 なぜ美容整形で〇〇するの？ 将棋
------	--

이상의 표에서도 알 수 있듯이, 기존의 스테레오타입의 일본문화보다는 어느 나라나 가지고 있는 보편적인 문화요소 속에서 일본 문화의 특징을 발견하고자 하는 모습을 엿볼 수 있다. 또한 본 방송의 취지에서 밝히고 있듯이, 타자의 시선에서 자신들의 문화를 재고하고자 하고 있으며, 이것은 이문화에 대한 다각도적인 시점에서 접근하고자 하는 방식이라 할 수 있다.

또한 「COOL JAPAN」이라는 문화정책 속에서 외국인 일본어 학습자가 스스로 체험을 통해 얻은 ‘일본문화’에 대한 의견을 통해 문화에 대한 재해석을 한다는 점에서 학습자가 주체가 된 일본문화의 개념화라고 볼 수 있을 것이다. 이는 기존의 스테레오타입의 주입식 문화교육 방법과 다른 형태로 일본문화에 접근해 가는 모습이라 할 수 있다. 이러한 「COOL JAPAN～発掘！カッコいいニッポン」 문화 개념화 과정의 고찰을 통해 한국의 일본문화교육의 도입 방법을 모색하고자 한다.

3. 「COOL JAPAN」과 일본문화교육의 가능성

11년간 다양한 테마를 가지고 일본문화에 대한 심도 있는 토론을 통해 문화의 이해와 재고를 해 온 「COOL JAPAN～発掘！カッコいいニッポン」에서는 100회 특집으로 외국인들에게 프로그램에서 소개된 항목 중에서 쿨재팬으로 생각되는 항목에 관하여 앙케이트 조사를 시행하였다. 이하의 <표2>가 그 결과이다.

9) 堤和彦(2013) 『NHK 「COOL JAAPAN」カッコいいニッポン再発見』NHK出版 pp.13-14

<표 2>외국인이 선정한 쿨 재팬 순위⁹⁾

第 1 位 洗淨機付き便座	第 2 位 お花見	第 3 位 100円ショップ
第 4 位 花火	第 5 位 食品サンプル	第 6 位 おにぎり
第 7 位 カプセルホテル	第 8 位 盆踊り	第 9 位 紅葉狩り
第 10 位 新幹線	第 11 位 居酒屋	第 12 位 富士登山
第 13 位 大阪人の気質	第 14 位 スーパー銭湯	第 15 位 自動販売機
第 16 位 立体駐車場	第 17 位 ICカード乗車券	第 18 位 ニッカボッカ
第 19 位 神前挙式	第 20 位 マンガ喫茶	

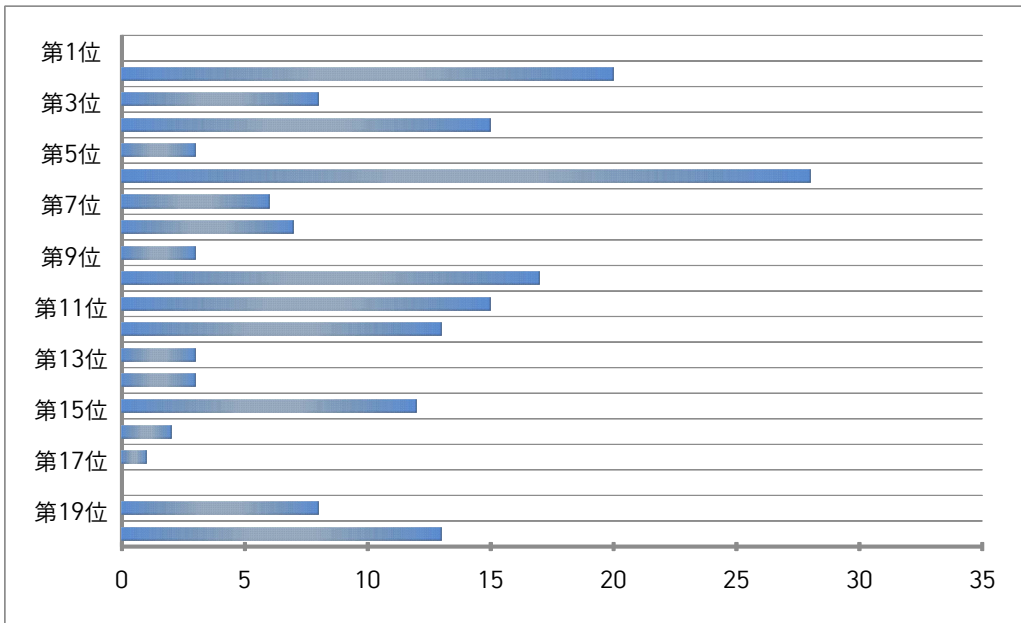
지금까지 일본 문화로 대표되던 전형적 항목인 「お花見」 「花火」 등도 순위에 올라와 있지만, 지금까지 일본문화의 대표적 상징이라고 언급되지 않았던 「洗淨機付き便座」나 「100円ショップ」, 「食品サンプル」 등이 상위에 오른 것은 주목할 만하다. 또한 「大阪人の気質」 「自動販売機」 「立体駐車場」 등 일본인의 기질이나 기술력이 쿨 재팬으로 선정된 것도 특기할 만하다고 할 수 있다.

이전까지는 스테레오타입화된 문화가 일본을 대표하는 상징이었으나, 상술한 조사결과에 따르면 섬세하고 심혈을 기울인 장인정신과 기술, 상품개발과 그 제품에 담긴 정열과 기술 등이 순위에 들어 있어 비물질적인 부분까지 일본문화로 인식하게 되었다는 점과 정신문화와 기술력이 융합된 항목들이 쿨 재팬으로 선정된 점은 시사하는 바가 크다고 볼 수 있다.

그렇다면 과연 한국의 일본어학습자들은 쿨재팬으로 상징될 수 있는 일본문화에 관하여 어떻게 인식하고 있을까? 이상과 같이 일본의 외국인들이 인식하고 있는 일본문화에 대해 한국의 일본어 학습자들이 어떻게 생각하고 있는지 샘플 조사를 통해 일본문화에 대한 인식의 단면을 살펴보기로 한다.

본 연구에서는 D대학의 전공자 58명을 대상으로 간단한 샘플조사를 실시하였다. 「COOL JAPAN～発掘! カッコいいニッポン」에서 선정된 20위까지의 문화 항목을 제시하고 이 중 쿨 재팬이라고 생각되는 것을 체크하고(다수 기입 가능) 그렇게 생각한 이유를 기입하게 하였다. 아울러 20위 안에 선정된 항목 이외의 쿨 재팬으로 생각되는 항목과 이유를 함께 조사하였다. 본 조사를 통해 얻은 결과를 그래프로 제시하면 다음 <그래프1>과 같다.

<그래프 1> 「COOL JAPAN」 학생들의 인식 조사 결과



본 데이터를 통해 알 수 있듯이, 일본에서 쿨 재팬으로 상위에 링크된 항목들 중 1위였던 「洗淨機付き便座」에 관하여 본 조사에서는 쿨 재팬으로 인식한 응답자는 한명도 없었다. 본 조사는 샘플조사로, 응답자의 수와 양케이트에 응한 학습자의 학습력 및 일본 체류 기간 등의 세부 항목의 요소에 따라 다소 수치상의 차이가 있을 수 있으나, 스테레오타입으로의 일본문화 항목에 대해 일본 문화라고 응답한 경우가 많아 아직까지 일본문화에 대하여 스테레오타입화된 상징으로 인식하고 있는 학습자들이 여전히 상당수임을 알 수 있다.

해당 응답을 한 이유로는 「한국에 알려질 만큼 유명하기 때문에」 「일본 영화나 애니를 통해 익숙한 것이기 때문에」 「일본을 상징하는 문화요소이므로」 「다른 나라에서는 볼 수 없는 것이므로」 라는 답변이 많았는데, 이 또한 문화의 단면적인 부분에 의존하여 그 개념화가 정립되지 않아 특수성만을 해당 문화로 인식하고 있다는 것을 나타내는 것이라 할 수 있다.

또한 「COOL JAPAN～発掘! カッコいいニッポン」의 20위 순위에는 들지 않았지만 그 외에 쿨 재팬으로 생각하고 있는 것에 대한 질문에 「애니메이션」 「신도」 「코스프레」 「신사」 「라멘」 「시민의식」 「독서문화」 「미의식」 「일본 고택」 「일본의 시골풍경」 「마쓰리」 「J-POP」 「화장법」 「돈키호

테」 「츄데레」 「편의점 음식」 「일본의 기업 및 산업」 등 다양한 대답을 확인할 수 있었다. 기존의 스테레오타입화된 문화 요소도 포함되어 있지만, 학습자의 경험을 통해 자신의 관점에서 이를 인식하고 이를 일본문화라고 제시하고 있는 점에서 「학습자 시점에 선 문화교육」의 가능성을 엿 볼 수 있었다.

아쉬운 점은 「COOL JAPAN~発掘! かつこいいニッポン」 프로그램과 마찬가지로 디스커션을 통해 상호협력 속에서 문화 개념화 프로세스의 고찰이 필요하였으나, 금번 연구에서는 명확히 밝히지 못하였다. 보다 다각도적인 고찰을 통해 이러한 과정 속에서 나타난 일본문화교육의 개선 방안과 제안은 금후의 과제로 삼기로 한다.

4. 마치며

지금까지 일본 문화정책인 「COOL JAPAN」과 관련된 문화콘텐츠를 기초로 하여 일본에서의 외국인 학습자들의 일본문화 인식 태도 및 한국 학생들의 일본문화에 관한 인식을 통해 학습자 주체의 문화교육의 가능성을 모색해 보았다.

일본의 경우, 스테레오타입화된 문화보다는 스스로의 경험을 통해 체험한 일본의 장인정신과 기술, 그리고 상품개발과 그 상품에 담긴 정열과 기술 등을 일본문화로 인식하는 모습을 확인할 수 있었다. 한국의 경우, 아직까지는 스테레오타입화된 문화적 요소를 일본문화로 인식하고 있는 경향이 크다. 그러나 본 연구의 양케이트 조사를 통해 알 수 있었듯이, 인식의 전환이 점차적으로 일어나고 있음을 확인할 수 있었다. 이상과 같은 시도를 통해 얻은 결과는 금후 교수자의 전달이 아닌 학습자가 스스로 문화를 인식해 가는 프로세스를 통해 밝혀질 수 있으며, 이러한 기초 자료가 되었다는 점에서 의의가 있다.

금후 이를 토대로 보다 적극적인 수업 활동을 통해 일본 문화교육으로의 실용적 도입과 실천적 제안에 중점을 두고 연구를 진행하고자 한다.

【참고문헌】

◆ 한국어 자료

- 국립국어원(2014) 「문화용어 번역 실태조사 및 번역 방안 연구」, pp.4-21.
 교육부(2015) 제2외국어과 교육과정, 교육부 고시 제2015-74호.
 김경희(2014) 「글로벌을 향한 일본의 소프트 파워-‘가와이(KAWAII)’ 문화를 중심으로-」 『일본학연구』 42, 단국대학교 일본연구소, pp.69-88.
 김성우(2016) 「일본의 문화외교와 국가브랜드 전략으로서의 쿨재팬」 『동아시아 문화연구』 65, 한양대학교 동아시아문화연구소, pp.215-241.
 박용구(2011) 「한국에서의 쿨 재팬의 현황과 전망:일본대중문화 개방 이후를 중심으로」 『일본사상』 21, 한국일본사상사학회, pp.103-126.
 박전열 외(2013) 「일본의 ‘문화입국론’과 쿨 재팬 전략」 『일본연구』 34, 중앙대학교 일본연구소, pp.283-300.
 윤상인(2012) 「일본의 대외 이미지는 어떻게 형성되는가」 『한림일본학』 20, 한림대학교 일본학연구소, pp.131-149.
 최중락(2016) 「쿨 재팬 문화발신 전략의 이론적 토대 분석」 『한국일본학회 학술대회 프로시딩』, 한국일본학회, pp.157-161.
 한국콘텐츠진흥원 (2016) 「일본 콘텐츠산업동향」 pp.1-4.

◆ 일본어 자료

- 岡崎敏雄・岡崎ひとみ(1990) 『日本語教育におけるコミュニケーションアプローチ』、凡人社.
 川上郁雄 (1999) 「『日本事情』教育における文化の問題」 『21世紀の『日本事情』』 1号、くろしお出版、pp.16-26.
 窪田光男 (2001) 「『状況の学習論』再考-教育実践と研究への新たな可能性」 『言語文化』 14-1、同志社大学言語文化学会、pp.89-108.
 久保田竜子 (2008) 「日本文化を批判的に教える」 佐藤慎司・ドーア根理子 (編著) 『文化、ことば、教育：日本語／日本の教育の「標準」を越えて』、明石書店、pp.151-173.
 河野理恵 (2000) 「『戦略』的『日本文化』非存在説-『日本事情』教育における『文化』のとらえ方をめぐって」 『21世紀の『日本事情』』 2号、くろしお出版、pp.4-15.
 嶋津百代 (2007) 「第二言語リテラシーに関する考察」 『大阪大学留学生センター研究論集多文化社会と留学生交流』 第11号、大阪大学留学生センター、pp.37-47.
 高橋万里子 (2006) 「日本語教育における『日本事情』教育」 『日本文化研究』 第19集、東アジア日本学会、pp.441-459.
 梶和彦(2013) 『NHK 「COOL JAPAN」 かつこいニッポン再発見』、NHK出版、pp.13-14.
 日本語教育学会編 (2005) 『新版日本語教育事典』、大修館書店.
 ネウストブニー, J.V. (1983) 「日本語教育と二重文化教育」 『日本語教育』 49号、日本語教育学会、pp.13-24.
 平高史也 (2011) 「CEFRから見た育成すべき言語能力とは何か」 『早稲田日本語教育学』 第9号 早稲田大学大学院日本語教育研究科、pp.99-106.
 細川英雄 (1995) 「教育方法論としての『日本事情』-その位置づけと可能性」 『日本語教育』 87、pp.103-113.
 _____ (2002) 『日本語教育は何をめざすか：言語文化活動の理論と実践』、明石書店.

- _____ (2006) 「「社会文化能力」から「文化リテラシー」へー日本語教育における「文化」とその教育概念をめぐって」 『リテラシーズ 2 :ことば・文化・社会の日本語教育へ』、くろしお出版、 pp.129-144.
- 三代純平 (2007) 「韓国外国語高校における学習者主体の「日本文化」授業」 『日本語教育のフロンティアー学習者主体と協働』、くろしお出版、 pp.111-132.
- 矢部まゆみ (2007) 「日本語学習者はどのように「第三の場所」を実現するか」 『日本語教育のフロンティアー学習者主体と協働』、くろしお出版、 pp.55-78.
- 山川智子 (2006) 「「複数言語主義・使用・状況」の可能性ー欧州評議会の動向とヨーロッパンスクールの試み」 『WEB版リテラシーズ』 第3巻1号、くろしお出版、 pp.41-46.

◆ 영어 자료

- Brooks(1964) 『Language and Language Learning』 New York :Harcourt Brace and World.
- Ogburn(1946) 『Machines and Tomorrows world』 Public Affairs Pamphiets No25.
- Rivers(1981) 「Teaching Foreign Language Skill」 (2nd ed), University of Chicago Press.

◆ 인터넷 인용

- <http://homes.chass.utoronto.ca/~ikalmar/illustex/japfpmcgray.htmhtml>(검색일2017.09.29.)
- http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/index.html(검색일2017.09.29.)
- <http://www6.nhk.or.jp/cooljapan/index.html>(검색일2017.09.29.)

논문 투고 일자 : 2017. 10. 16.
논문 심사 일자 : 2017. 10. 26.
게재 확정 일자 : 2017. 10. 27.

 < 要 旨 >

日本文化教育を多様化するための方法と可能性の模索

安志英

本論文は、韓国の日本文化教育に学習者主体の文化教育の導入を試みた研究の報告である。現在、韓国の外国語教育において文化教育の重要性が強調されているものの、実際のカリキュラムや授業ではステレオタイプ化された項目だけが取り上げられている。これは現在韓国における日本文化教育が日本文化の特殊性だけに注目し、それを学習者に教育しているためである。近年、教育分野では学習者主体という理論が注目されるようになり、それを中心に多角度な実践が試みられている。このような理論を日本文化教育にも連結させ、教育に生かしていく必要がある。それによって学習者はみずから自分の文化と日本文化を比較および内省する機会を得て、その過程で日本文化を概念化していくことができる。その過程が窺える一例として、日本のテレビ番組『COOL JAPAN～発掘! かつこいニッポン』を挙げる事ができる。日本で生活している外国人に日本文化についてディスカッションしてもらうことにより、その認識や概念化するプロセスを見ることが出来るものである。それはまさしく学習者中心の教育ともつながっていく。本研究では、そこから得たデータを用いて韓国における日本語学習者にもアンケート調査を実施し、その結果を分析した。そこから明らかになったのは、韓国では未だステレオタイプ化されたものを日本文化だと認識している傾向が強いということである。今後は、それらの分析を踏まえて、韓国の学習者がみずから日本文化を認識していくプロセスを明らかにし、「学習者主体」の教育の更なる可能性を模索していきたい。

A Study of Various Methods for Diversification of Japanese Cultural Education and Exploring its Possibilities

An, Ji-Young

This paper is a report of a study that attempted to introduce student-centered cultural education into Korean Japanese culture education. Currently, although the importance of cultural education is emphasized in Korean foreign language education, only items stereotyped in the actual curriculum and class are taken up. This is because Japanese culture education in Korea only focuses on the specialty of Japanese culture and teaches only this component to learners. Recently, in the field of education, the idea of learner-based theory has come to attract attention and it attempts a multi-angle practice. It is necessary to connect such theory to Japanese culture education and make use of it in education. By doing so, learners have opportunities to compare and reflect their own culture and Japanese culture and to conceptualize Japanese culture in the process. As an example, Japanese television program "COOL JAPAN - Discover! Cool Nippon "can be cited. By having foreigners living in Japan discuss Japanese culture, you can see the process of recognizing and conceptualizing them . That is exactly connected to a learning-centered education as well. In this research, we also conducted a questionnaire survey on Japanese learners in Korea using the data obtained from them and analyzed the results. What become clear from that is that there is a strong tendency to recognize what is still stereotyped in Korea as Japanese culture. In the future, based on these analyzes, I would like to clarify the process by which Korean learners recognize Japanese culture entirely and I would like to explore further possibilities of "learner subject" education.