DOI | https://DOI.org/10.21481/jbunka..85.202005.005.

일본 혐한 현상에 대한 비판적 분석

강 기 철*
(e-mail : gckang@hanmail.net)

<목 차>

キーワード : 嫌韓現象(anti-Korean phenomenon), 嫌韓意識(The hate Korea feelings), 嫌韓書籍(anti-Korean book), 排外主義(exclusionism), 歴史修正主義(Historical revisionism)

1. 서론

2019년 9월 2일 발매된 『주간포스트(週刊ポスト)』「한국인의 병리」라는 자극적인 제목에 "많은 한국인이 분노를 조절하지 못해 10명 중 1명은 치료가 필요하다."라는 기사가 소개되었다. SNS를 중심으로 비판의 글이 올라왔고 출판사 쇼카쿠칸(小学館)과 연고가 있는 작가들을 중심으로 연재 중단 발표가 이어지면서 순식간에 논란에 휩싸이게 되었다. 이에 대해서 『주간포스트』 편집부는 그날 자사 SNS에 사과문을 발표할 수밖에 없었다.[1)]

사과문 중 '오해'와 '다른 의견'을 적시했는데 이 혐한 기사에 대해서 무엇이

* 경상대학교 일어교육과, 강사, 일본대중문화론

1) 사과문 전문은 다음과 같다. 弊誌9月13日号掲載の特集『韓国なんて要らない！』は、混迷する日韓関係について様々な観点からシミュレーションしたものですが、多くのご意見、ご批判をいただきました。なかでも、『怒りを抑えられない「韓国人という病理」』記事に関しては、韓国で発表・報道された論文を基にしたものとはいえ、誤解を広めかねず、配慮に欠けておりました。お詫びするとともに、他のご意見と合わせ、真摯に受け止めて参ります。『週刊ポスト』編集部(https://www.news-postseven.com/archives/20190902_1444923.html. 검색일 : 2019.11.20.)

‘오해’이고 또 무엇이 ‘다른 의견’인지 애매한 입장 표명으로 오히려 논란을 샀다. 혐한 보도에 대한 비판을 ‘오해’라고 생각하는지, 아니면 잡지 내용에 대해서 ‘호평’을 하는 다른 의견도 있다는 것을 암시하는지 명확히 하지 않았다. 출판사의 사과문에 대한 의구심에 마이니치신문(毎日新聞)과 도쿄신문(東京新聞)은 9월 4일 같은 날 사설에서 『주간포스트』의 혐한 기사를 비판하였다.[2)]

『주간포스트』의 혐한 기사 사건은 아직도 ‘혐한 비즈니스’가 통한다는 사실을 의미하고 있다. 한 쪽에서는 사과문을 발표하면서도 다른 한 쪽에서는 판촉에 열을 올리고 있다. 연합뉴스에 의하면 『주간포스트』는 사과문을 올렸지만 해당 호를 판매중단 하지 않았고 문제가 된 기사 목차와 이미지를 홈페이지에 그대로 소개하였다고 한다. 오히려 해당 호의 품귀 현상이 발생할 정도라고 지적했다.[3)] 이것은 ‘혐한 현상’을 ‘혐한 비즈니스’로 이용해 판매 수익을 누리려고 하는 출판사의 전략이 성공했다는 것을 의미한다.

일본 출판사의 ‘혐한 비즈니스’는 어제 오늘의 일이 아니다. 『만화 혐한류(マンガ嫌韓流)』[4)](2005)가 ‘혐한 비즈니스’의 시작이었다는 사실은 부인할 수 없다. 하지만 출간된 지 15년이 다 되어 가는 이 시점에 아직도 ‘혐한’이 ‘상업적 먹잇감’이 된다는 사실에 놀라지 않을 수 없다. 소멸하지 않고 다시 활동을 재개하는 듯한 ‘혐한 현상’에 대해서 관심을 두지 않으면 안 되는 이유이기도 하다. 본 논문에서는 왜 시간이 흘러도 ‘혐한 현상’은 사라지지 않고 ‘왜 일본 사회에 유효한가?’에 대한 문제제기에서 시작한다.

‘혐한 현상’에 대한 선행연구의 흐름은 첫째, 『만화 혐한류』를 중심으로 만화의 등장 배경과 만화 자체 분석을 하는 연구가 있다. 대표적으로 정수영(2010)과 강기철(2012)의 연구가 있다. 정수영은 『만화 혐한류』의 실체에 대한 분석이 부족하다는 문제제기를 바탕으로 『만화 혐한류』의 이야기 분석과 미디어와의 연관성에 대해서 살펴보았다.[5)] 강기철은 1990년대 일본의 사회적

2) 毎日新聞(2019.09.04.)「週刊ポストの特集 嫌韓におもねるさもしさ」
(https://mainichi.jp/articles/20190904/ddm/005/070/067000c 검색일 : 2020.01.10.)
東京新聞(2019.09.04.)「韓国特集で謝罪批判にも節度が必要だ」
(https://www.tokyo-np.co.jp/article/column/editorial/CK2019090402000162.html 검색일 : 2020.01.10.)

3) 연합뉴스(2019.09.04.)「‘한국 따위 필요 없다’는 日주간지, 사과해놓고 판매는 계속」
(https://www.yna.co.kr/view/AKR20190904122600073?input=1179m 검색일 : 2020.01.10.)

4) 山野車輪(2005)『マンガ嫌韓流』、晋遊社.

5) 정수영(2010)「『만화혐한류(マンガ嫌韓流)』의 이야기 분석을 통해 본 일본 내 혐한류에 관한 연구」『한국출판학연구』58, 한국출판학회, pp.187-215.

배경이 『만화 혐한류』의 등장 배경이 되었다고 지적하면서도 이것은 상업적 전략과 보수 저널리즘의 확대 재생산 과정이라고 지적하고 있다.[6)]

둘째, 우익 미디어 단체를 '혐한 현상'과 관련지어 연구하는 경향이다. 혐한 연구의 대부분을 차지하고 있는 분야가 미디어 관련 연구이다. 초창기 대표적인 연구는 박수옥(2009)의 연구이다. 박수옥은 '혐한 현상'의 생산지로 인터넷에 기반으로 하고 있는 우익 미디어를 지목했다. 대표적인 사이트 2채널과 4대 일간지 비교 연구를 통해 '혐한 현상'을 연구했다.[7)] 최근 송명수(2016)와 박명희(2019)도 이러한 연구 경향이라고 할 수 있다.[8)]

셋째, '혐한 현상'을 출판 미디어와 관련지어 연구하는 흐름이다. 혐한 서적의 양산 경향과 실태 분석을 한 연구는 최규호(2016)와 이홍천(2017)의 연구가 있다. 최규호는 혐한 서적의 진열 현황과 출판 과정에 대한 문제제기를 하여 출판 유통 과정을 조사하였다.[9)] 이홍천은 방대한 일본 혐한 서적의 실태와 혐한 의식을 실증적으로 분석하였다는 데 큰 의미가 있다.[10)]

선행연구에서 미진한 부분을 지적하고자 한다.『주간포스트』의 혐한 기사 사건에서 보듯이 출판사는 사회적 물의와 비판을 예상했음에도 불구하고 왜 넘지 말아야 할 선을 넘었을까? 그렇게 하지 않으면 안 되는 이유가 있지 않았을까? 필자는 근본적인 배경에는 출판사의 상업적 이익이라는 현실적인 문제와 잡지 시장의 불황, 인터넷 미디어의 영향력 확대가 있었다고 본다. 본 연구에서는 이와 같은 문제점을 인지하면서 일본의 출판 유통 구조의 모순점과 인터넷이라고 하는 미디어 출현을 '혐한 현상'과의 관련성을 중심으로 살펴보고자 한다. 마지막으로 한일 관계 악화와 일본 역사수정주의 문제도 함께 살펴볼 것이다.

---

6) 강기철(2012)「『만화혐한류』의 상업적 전략과 보수 저널리즘의 확대」『일어일문학』56, 대한일어일문학회, pp.289-307.

7) 박수옥(2009)「일본에서의 혐한류와 미디어내셔널리즘-2ch와 일본 4대 일간지를 중심으로」『한국언론학정보학보』47, 한국언론정보학회, pp.120-147.

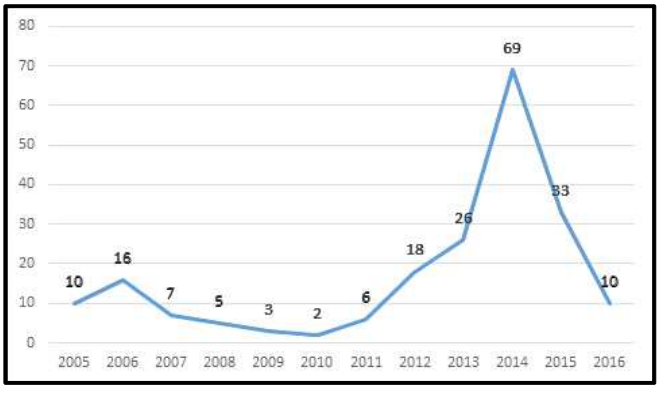
8) 송민수(2016)「한·일 넷우익 사이트와 혐한·반일 의식」『영상문화콘텐츠연구』10, 동국대학교 영상문화컨텐츠연구원, pp.127-148; 박명희(2019)「일본사회 혐한의 확산-자정의 담론구조와 한일 관계의 부침」『일본연구논총』50, 현대일본학회, pp.6-26.

9) 최규호(2016)「일본의 혐한 서적(嫌韓本) 현황과 논의에 관한 연구」『일본언어문화』34, 한국일어교육학회, pp.385-407.

10) 李洪千(2017)「出版メディアと排外主義：嫌韓本の分析中心に」『東京都市大学横浜キャンパス情報メディアジャーナル』18、情報メディアジャーナル編集委員会、pp.109-118.

2. 출판 유통 구조의 모순과 혐한 현상

이홍천(2017)에 의하면 2005~2016년 사이에 205권의 혐한 서적이 출판되었다고 한다.[11] <그림1>에서 보는 바와 같이 2005년 10권의 혐한 서적이 2006년에는 16권으로 증가하였고 이후 점차 감소세로 우측하향곡선을 유지한다. 하지만 2011년을 기점으로 다시 혐한 서적의 출판이 점차 증가했고, 2014년에는 69권으로 최고 정점을 찍는다. 이후 2015년 33권, 2016년 10권으로 점차 감소 추세를 보이고 있다. 2016년 이후에는 감소 추세를 보이고 있지만, 1992~2004년에 합계 24권이었던 자료가 <그림1>에서 보는 바와 같이 2005~2016년 사이에 약 205권(약 10배)으로 급증했다는 사실은 '혐한 현상'을 소재로 한 도서가 일본 사회에서 널리 소비되고 있다고 예상할 수 있다.



<그림1> 혐한 서적의 출판 현황[12]

2005년에 출판된 『만화 혐한류』가 혐한 서적 붐의 촉매제가 된 것은 주지의 사실이다. 물론, 혐한 서적 붐의 배경에는 한일 관계의 악화, 일본의 혐한 정서 등 복잡한 요소가 있었겠지만, 간과하고 있는 점은 일본 출판계의 특수한 상황이다. 2005년 이전에도 한일 관계의 악화와 혐한 정서는 존재했다. 그럼에도 불구하고 2005년 이후에 혐한 서적이 증가한 원인은 무엇인가? 필자는 일본 출판 유통의 구조적 문제가 한 원인이라고 본다. 일본 출판계의 속설 중의

11) 앞의 논문, 李洪千(2017), p.114.
12) 앞의 논문, 李洪千(2017), p.114. 필자 재편집.

하나는 '불황일수록 신간 수는 증가한다.'라는 말이 있다.

<그림2> 출판물 추정 판매 금액[13]

일본출판과학연구소는 매년 『출판지표연보(出版指標年報)』를 발간해 일 년 동안의 각 분야의 출판 동향을 발표한다. 도서, 잡지, 무크, 만화 등 관련 업계의 추세뿐만 아니라, 출판 관련 데이터를 제공하는 연구소로 인지도가 높다. <그림2>에서 보는 바와 같이 1995년에서 2017년 동안 서적이 약 13% 감소했다면 월간지는 약 54%, 주간지는 약 70% 감소한 것으로 나타난다. 월간지와 주간지의 합산 매출액도 같은 기간 약 58% 감소한 것으로 나타나 잡지의 판매액 감소가 심각하다는 사실을 알 수 있다. 1995년 전체적으로 도서와 잡지가 불황을 겪고 있었는데 잡지의 경우가 더욱 심각하다는 것을 알 수 있다.

13) 출판과학연구소 출판지표연보(2018년판) 홈페이지(https://www.ajpea.or.jp/statistics/index.html 검색일 : 2020.01.03.)

<그림3> 무크지 판매 금액과 신간 발간 부수[14]

<그림3>은 2018년판 출판과학연구소에서 발표한 무크지 관련 통계이다. 판매액은 1995년 약 1,300억 엔에서 2017년 약 850억 엔으로 약 35% 감소한 것으로 나타난다. 하지만 신간 발행 수는 1995년 약 5,000권에서 2017년 약 8,500권으로 70% 이상 증가한 것으로 나타난다. 무크지의 판매액은 감소했는데 신간 발행은 증가했다는 것을 알 수 있다.

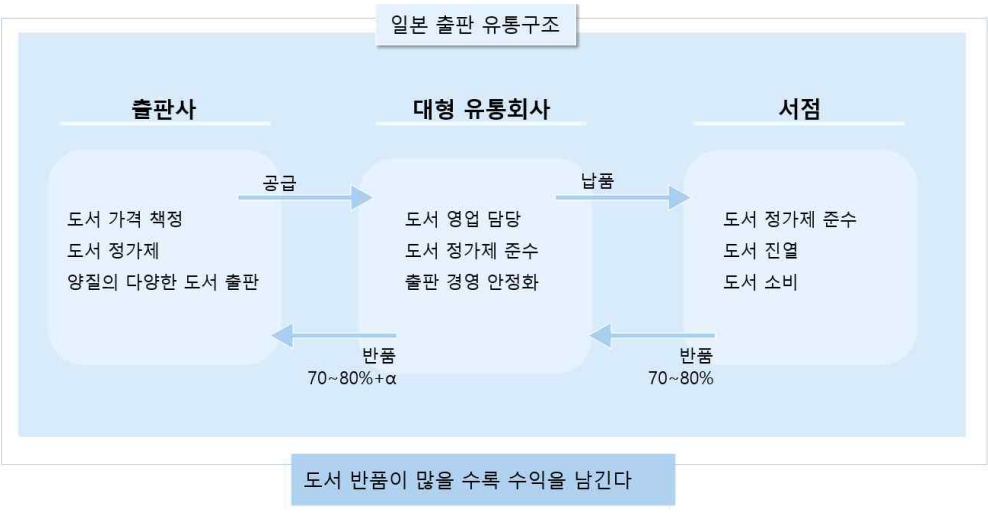
<그림4> 문고 판매 금액과 신간 발행 부수[15]

출판업계에서 불황에 신간 발행 부수가 증가하는 경향은 무크지만의 동향이 아니라는 사실이 <그림4>의 경우에서도 잘 나타난다. 문고 판매액은 1995년

14) 일본출판과학연구소 홈페이지 인용(https://www.ajpea.or.jp/statistics/index.html 검색일 : 2020.01.20.)
15) 일본출판과학연구소 홈페이지 인용(https://www.ajpea.or.jp/statistics/index.html 검색일 : 2020.01.20.)

약 1,400억 엔에서 2017년 약 1,000억 엔으로 약 28% 감소했지만, 신간 발행 부수는 1995년 약 5,200부에서 2017년 약 8,200부로 약 57% 증가한 것으로 나타난다.

위의 <그림>2, 3, 4에서 본 바와 같이 1995년 이후 출판물 관련 매출액은 크게 감소한 것으로 나타났다. 특히 잡지의 경우는 도서보다 더욱 심각하다는 것을 알 수 있었다. 출판 매출은 크게 감소했지만 신간 발행 부수는 무크지와 문고판의 경우 70%, 57% 증가한 것으로 나타났다. '불황일수록 신간 수는 증가한다.'라는 출판계의 속설이 증명된다. 그렇다면 본 연구에서 관심을 가지고 있는 혐한 서적과 신간 서적 발행 부수 증가와의 상관관계는 없는 것인가? 이에 대해서 일본의 출판 유통 구조를 살펴보자.



<그림5>일본 출판 유통 구조

<그림5>에서 보는 바와 같이 일본 출판 유통은 출판사, 대형유통회사(출판도매회사), 서점의 3단계로 구성된다. 출판사는 도서를 생산해 대형유통회사에 공급한다. 대형유통회사는 이를 공급받아 서점에 납품하고 서점은 소비자에게 판매하는 구조이다. 하지만 도서 유통의 핵심에는 각 주체가 맺는 위탁재판매 제도(반품 조건부 매매계약)가 존재한다. 이는 출판사가 대형유통회사와 서점에서 팔리지 않는 도서 반품을 받아 주는 제도이다. 서점의 입장에서는 팔리지 않는 도서를 대형유통회사에 반품할 수 있어 안정적인 도서 공급과 다양한 신

간을 확보할 수 있다는 장점이 있다. 대형유통회사 또한 반품된 도서를 더 비싼 가격에 출판사에 되팔아 이윤을 벌 수 있다.

출판사의 입장에서도 장단점이 있다. 출판사는 도서 가격을 책정, 생산해서 대형유통회사에 공급을 하면 대형유통회사로부터 단기간에 수익을 올릴 수 있다. 하지만 출판 서적이 서점과 대형유통회사를 통해 반품되어 돌아오면 환불해야 하기 때문에 경영난에 빠질 수 있다. 출판 시장이 불황이라면 경영난은 더 심각해진다. 출판과학연구소 출판월보 (2019년 1월호)에 의하면 도서 반품률은 2008년 40.1%에서 2018년 36.3%로 소폭 낮아졌지만, 잡지 반품률은 1990년 20.7%에서 2015년 41.8%로 2배 이상 증가한 것으로 나타났다.[16] 잡지 판매액도 급감하고 반품률도 높아졌다는 것은 심각한 경영상의 문제가 생길 것이라는 추측할 수 있다.

출판사는 판매액이 감소하고 반품률이 높아지면 자연스럽게 자금 확보를 위해서라도 신간을 출판할 수밖에 없다. 불황일 때 신간 서적 출판의 필요성은 더 높아진다. 경영난 타개를 위해 출판사는 저예산으로 더 잘 팔릴 수 있는 소재를 찾을 수밖에 없다. 특히 2005년『만화 혐한류』와 2014년『매한론(呆韓論)』이 베스트셀러가 된 이후, '혐한'은 출판계의 매력적인 아이템이 되기에 충분했다. 아울러 2019년 『주간포스트』혐한 기사 사건에 대해서 마이니치신문이 『주간포스트』가 혐한 특집을 게재한 배경으로 잡지 시장의 불황을 꼽았다는 사실도 이런 맥락으로 이해해야 할 것이다.

불황일수록 혐한 서적 신간 발행이 증가하는 배경으로 동일 출판사에서 복수의 혐한 서적을 발간하는 현상이 일어나기도 한다. 이홍천(2017) 연구에 의하면 혐한 서적 출판 1위인 다카라지마샤(宝島社)는 20권의 혐한 서적을 출판했고, 2위인 신유샤(晋遊社)는 16권을 출간했다.[17] 아이러니한 점은 『만화 혐한류』를 출판한 신유샤가 『만화 혐한류』를 비판하면서 출판한 『만화 혐일류』[18]의 일본어판도 출판했다는 사실이다.『만화 혐한류』를 출간해서 혐한 분위기를 조성하고 이에 반일(反日)의 성격을 가진 『만화 혐일류』를 같은 출판사에서 출간하는 웃지 못하는 일이 벌어지고 있다. 비슷한 내용을 가지고 한 출판사가 혐한 도서를 출판한다는 것은 '돈이 되면 내용이 무엇이든지 한다.'라는 출판계의 속설이 증명된다. 출판계의 출판 윤리와 사회적 책임보다도

16) 出版科学研究所(2019)『出版月報』2019年1月号、p.6.
17) 앞의 논문, 李洪千(2017), p.114.
18) 金城模(2007)『マンガ嫌日流』、晋遊社.

<그림6> 신유샤(晋遊社)의『만화 혐한류』와 『만화 혐일류』

출판사의 이윤이 먼저라는 것이다.

그렇다고 혐한이 아무리 돈이 된다고 하더라도 서점에 '혐한 서적 코너'를 만들어 놓고 진열하는 것은 이해가 가지 않는 측면이 있다. 여기서 다시 일본의 출판 유통 시스템을 이해하지 않으면 안 된다. 일본 서점은 출판사에 직접 주문을 하는 시스템이 아니라, 대형유통회사에서 납품되는 도서를 진열할 뿐이다. 대형유통회사에서 공급되는 혐한 서적이 다량으로 납품이 되면 서점의 입장에서는 조금 더 판매하기 위해서 자연스럽게 '혐한 서적 코너'가 만들어질 뿐이다. 불황 극복을 위해 출판사의 과잉 생산과 대형유통회사의 서점에 대한 다량의 혐한 서적 공급이 자연스럽게 '혐한 서적 코너'가 만들어졌다고 봐야 할 것이다.

종합적으로 혐한 서적 증가 붐의 배경에는 경제 불황으로 서적과 잡지 판매 시장이 급격하게 줄어들었던 점과 이를 극복하기 위해서 신간 서적, 신간 잡지를 출판하지 않으면 안 되는 출판 경영상의 문제가 존재한다. 한일 관계의 악화 등 '혐한'이라고 하는 소재가 저예산으로 출판계의 이윤을 창출할 수 있는 요소로 작용하자 출판사는 '내용이야 어떻든' 일단 출판을 하는 구조로 바뀌게 되었다는 것을 알 수 있다. 한 출판사에서 복수의 혐한 서적을 출판하는 것은 자연스러운 것이고, 2019년 『주간포스트』의 혐한 기사 사건도 이런 맥락에서 이해해야 할 것이다. 혐한 서적 출판 붐은 일본 출판계의 구조적 문제와 상관관계가 있다는 것을 의미한다.

3. 인터넷 뉴미디어의 등장과 배외주의

한국에 대한 '혐한 현상'은 시대를 달리했을 뿐이지 일본 사회에서 어떤 형식으로든지 존재해왔다. 2000년대 이전에는 일본 사회의 억제력과 규범으로 '혐한 현상'을 조절할 수 있었다. 예를 들면, 정치는 보수와 진보의 균형적 관계 유지, 언론은 요미우리신문(読売新聞)과 아사히신문(朝日新聞)의 논조 경쟁, 그 영향으로 대중문화 영역에서 자극적인 '혐한 현상'은 억제되어 왔다고 볼 수 있다. 그러면 왜 2000년대 이후에 '혐한 현상'이 하나의 '신문화 현상'으로 자리를 잡았는가?

<표1> 미디어 소통 방식의 변화

	신문, 방송	인터넷, SNS
소통	일방적 / 폐쇄적	개방적 / 쌍방적
익명성	보장 안 됨	보장됨
참여도	저조	자유롭다
매체	4대 일간지, NHK 공중파	인터넷 게시판, 트위트, 페이스 북

먼저 미디어 환경의 변화가 '혐한 현상'에 결정적인 역할을 하였다. <표1>은 인터넷이라는 정보 통신 기술의 등장 이전과 이후의 미디어 소통 방식의 변화를 나타내고 있다. 요미우리신문과 아사히신문을 포함하는 일본의 4대 일간지, NHK를 비롯한 공중파 방송은 인터넷 등장 이전에는 여론을 주도하는 매체였다. 또한 소통 방식은 인터넷과 비교한다면 상대적으로 일방적이고 폐쇄적이다. 독자나 시청자의 참여도가 저조하다고 볼 수 있다. 하지만 인터넷과 SNS의 가상공간은 '누구라도 자신의 생각을 자유롭게' 표현할 수 있게 했다.

예를 들어 아사히신문과 2채널 게시판의 소통 방식을 살펴보자. 아사히신문 기사의 경우는 신문사 내부의 보도 준칙과 검증 절차를 거친 후에 기사화된다면 2채널 게시판의 경우는 다르다. 게시판의 글쓰기와 동시에 배부가 되는 익명성이 보장되는 시스템이다. 지금까지는 주위의 시선과 미디어의 환경 때문에 개인의 의사 표현을 못했다면 인터넷의 등장 이후로는 자기 생각과 주장을 막

쏟아내게 되었다. 게다가 인터넷이라면 어떤 표현을 해도 죄가 되지 않는다는 생각이 들면서 '차별적인 발언'과 '자극적인 표현'도 가능하게 되었다. 결과론적으로 '혐한'을 세상 밖으로 끄집어낸 것은 인터넷이다. 인터넷이 머릿속에만 맴돌던 '혐한'을 컴퓨터 키보드를 통해서 세상과 적극적 소통을 하게 만들었다.

<표2> 2채널과 재특회 개요

	2채널	재특회
개설 및 발족	1999.5.30	2007.1.20.
홈페이지	http://2ch.net	https://www.zaitoku814.com/
캐치 프레이즈 / 목적	해킹에서 오늘 저녁 반찬까지/ 광범위한 소재	재일 특권 폐지(회칙 3조)
활동 방식	익명성 게시판 글쓰기	오프라인 활동 + 동영상 생중계
운영진/주도자	니시무라 히로유키(西村博之), 나카오 요시히로(中尾嘉宏)	사쿠라이 마코토 日本第一党 창당(2016.8.29.)
운영 자금	광고 수입이나 니찬네루 뷰어	회비 및 기부금
투고수/회원수	270만~300만 글쓰기	2007.1.20.(발족): 130명 2007년 3월 : 1,000명 초과 2011년 4월 :10,000몇 초과 2013년 12월 : 14,000명 초과

대표적인 혐한 미디어와 단체라고 한다면 2채널과 재특회(在日特権を許さない市民の会의 약칭)이다. 2채널의 캐치 프레이즈 '해킹에서 오늘 저녁 반찬까지(ハッキングから今晩のおかず)'에서 보는 바와 같이 광범위한 범위의 소재를 다루고 있다. 송민수(2016)의 연구에 의하면 2채널은 10대 20.0%, 20대 15.0%, 30대 30.7%, 40대 21.9%, 50대 이상이 12.5%로 젊은 세대가 주로 이용하고 있다.[19] 제한 없는 주제의 글쓰기가 가능하기 때문에 '인종차별적인 발언', '자극적인 용어' 사용이 남발하고 있다. 특히 한일 간의 역사 문제 등 겉으로 표현하지 못해 왔던 '혼네(本音)'를 2채널 게시판을 통해서 표현하기 시작했다. 이

19) 앞의 논문, 송민수(2016), p.131.

른바 '혐한'의 생산지 역할을 해 왔다. 2채널에서 유통, 생산되는 내용과 흡사한 출판물이 2005년에 출간된『만화 혐한류』시리즈이다. 출판 당시부터 만화 내용이 2채널의 게시판 내용과 비슷하다는 지적이 있었을 뿐만 아니라, 『만화 혐한류』의 저자 또한 이를 인정하는 인터뷰도 한 적이 있다.

재특회 또한 인터넷을 통해서 성장해 왔다고 볼 수 있다. 2007년 발족 당시, 회원 130명으로 출발해서 2013년 14,000명으로 급성장하기까지 인터넷이 큰 역할을 했다. 재특회가 기존 우익 단체와 다른 점은 '인터넷 활용'이다. 재특회는 집회와 관련된 정보뿐만 아니라 집회의 테크닉, 오프라인 활동 생중계 등 기존 우익과 달리 인터넷 활용을 적극적으로 해 왔다. 특히 2009년과 2010년 사이 3차례나 헤이트 스피치를 한 '교토조선제1초급학교(京都朝鮮第1初級学校) 사건'은 재특회를 전국 단위의 지명도를 가진 우익 단체로 만들었다. 이때 이용한 방법이 시위 영상을 유튜브에 업로드한 인터넷 활용이었다.

혐한 세력들이 인터넷을 적극 활용하게 된 배경에는 기존 거대 미디어에 대한 반감이 존재한다. 특히 아사히신문에 대한 반감은 극심하다. 아사히신문은 최초로 1991년 일본군 위안부 피해자 김학순의 증언과 1997년에는 일본군 명령에 따라 제주도에서 한국 여성을 강제로 연행했다는 요시다 세이지(吉田清治)의 증언을 최초 보도한 언론사이다. 혐한 도서에서 위안부 논쟁과 재일동포를 가장 많이 다룬다는 점에서 본다면 혐한 세력들이 기존 거대 미디어에 대한 반감이 어느 정도인지 추정할 수 있다. 거대 미디어에 대한 불신과 혐한 정서를 이용하여 혐한 미디어는 성장했다고 볼 수 있다.

혐한 세력들의 또 다른 속성 중의 하나는 배외주의적(인종차별주의) 성격이다. 혐한 세력들이 다루는 일본군 위안부, 영토문제, 재일한국인문제 등은 2000년대 이후 처음으로 다룬 내용이 아니라 기존의 한일 관계에서 지속적으로 유지되어 온 한일 간의 문제였다. 혐한 세력들은 한일 간의 문제를 인터넷 공간에서 배외주의적 성격까지 가미시켜 '혐한 현상'을 확대 재생산시키고 있다. 2011년 일본 후지 TV의 한류 방송 편중을 비판하는 시위 또한 배외주의 속성의 한 형태라고 할 수 있다. '혐한 현상'에는 일본 내에 존재하는 배외주의 속성도 포함되어 있다는 것을 알 수 있다.

'혐한 현상'은 기본적으로 한국에 대한 무관심과 무지에서 출발한다고 할 수 있다. 오카자키 히사히코(岡崎久彦)는 이에 대해서 "세계 각국의 역사서는 일본 출판계에 즐비한데, 유독 한국 역사서만 찾아보기 힘들다."라고 지적하고

있다.[20] 일본 전체적으로 한국에 대해서 무관심했고 무지했다고 봐야 한다. 히라타 유키에(平田由紀江)도 한국에 대해서 '잘 모르지만 뭔가 수상한 나라', '왠지 호감이 가지 않는 나라'라는 부정적인 이미지를 가지고 있었다고 지적하면서, 2000년대 한류의 영향으로 이미지가 바뀌었다고 설명한다.[21] 이 점에 대해서 정대균 또한 한국 해방 후 일본은 의식적으로 한국에 대한 관심을 피하는 경향이 있었다고 지적한다.[22]

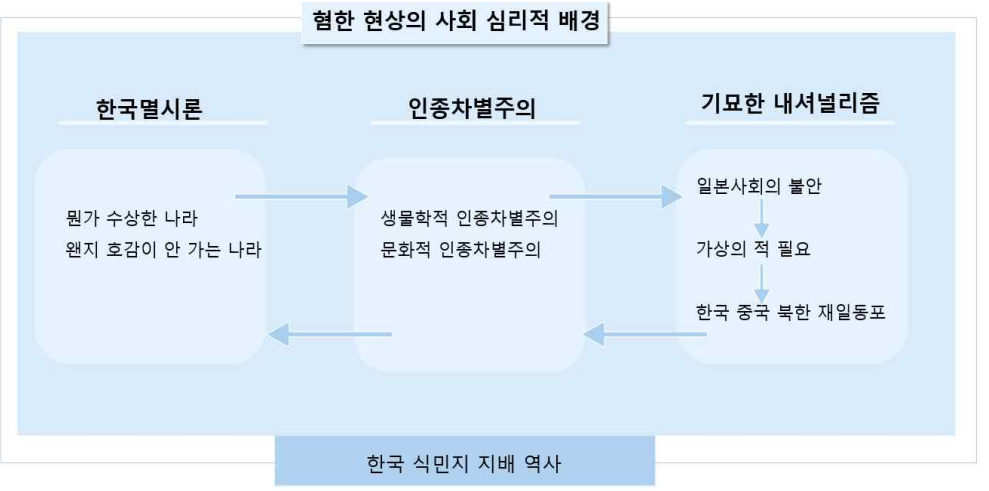
한국에 대한 무관심과 무지, 인종차별주의는 밀접한 관계가 있다. 혐한 현상과 관련된 인종차별주의에 대해서 히로타니 마미(広谷真実)는 혐한 현상의 기저에는 ①생물학적 인종주의와 ②문화적 인종주의가 공존한다고 지적한다.[23] 생물학적 인종주의의 핵심은 '일본이 한국을 식민지화했다는 논리에서 출발해 그 영향이 일본 사회에 계속 남아 있다.'는 점이라고 설명한다. 인터넷이라고 하는 익명성이 보장된 곳에서는 생물학적 인종주의가 강하고, 익명성이 약한 곳은 문화적 인종주의가 남아 있다고 지적한다. 현재의 일본은 생물학적 인종주의를 바탕으로 한 문화적 인종주의가 표면화되고 있다고 지적한다.

야마자키 노무(山崎望)는 '기묘한 내셔널리즘(奇妙なナショナリズム)'라는 개념을 이용해 '혐한 현상'을 설명한다. 국민국가인 일본 사회와 다수인 일본인의 권리가 사회적 불안과 불황으로 흔들리는 상황이 되자 비난, 해소하기 위해 가상의 적을 만들어 냈다. 선명한 대립 선을 만들기 위해 한국, 북한, 재일동포를 명확한 적으로 소환했다고 설명한다. 기묘한 내셔널리즘이 2000년대 이후 일본 사회에 팽배해져 '혐한 현상'으로 이어졌다고 보는 시선이다.[24]

'혐한 현상'의 바탕에는 '한국 식민지 역사관'을 배경으로 한다. 일본이 한국을 식민지화했다는 과거의 역사는 한국에 대한 무지와 무관심으로 연결된다. 식민지 시대부터 존재해 왔던 '한국 멸시론(무시론)'과 '한국 식민지 역사관'이 광복 이후에도 일본 사회에 잔존해 왔다. 일본 사회 안에 이러한 반한론적 사고를 허용하는 분위기가 존재해 왔다는 사실을 내포한다고 봐야 할 것이다. 일본 사회의 불안과 한일 관계의 악화 등 복합적인 배경이 인종차별주의를 다시

20) 岡崎久彦(2006)『なぜ、日本人は韓国人が嫌いなのか』、ワック、p.322.
21) 히라타 유키에(2005)『한국을 소비하는 일본－한류, 여성, 드라마』, 책세상.
22) 鄭大均(1995)『韓国のイメージ: 戦後日本人の隣国観』、中公新書、pp.63-81.
23) 広谷真実(2016)「日本における嫌韓言説に見られるレイシズムとその特徴」『日語日文学研究』第98輯、韓国日語日文学会、pp.303-327.
24) 山崎望(2015)『奇妙なナショナリズムの時代排外主義に抗して』、岩波書店、pp.284-285.

불러왔고, 이제는 일본 사회 집단의 비난과 해소의 대상인 가상의 적으로까지 설정되었다. 여기에다 마음대로 표현할 수 있는 공간 즉 인터넷에서는 '혐한'을 무한대로 생산할 수 있게 되었다. 이를 정리하면 <그림7>과 같다.



<그림7> 혐한 현상의 사회 심리적 배경

4. 혐한의식과 한일 관계

지금까지 출판사를 비롯한 대형유통회사, 서점이라는 생산자의 측면에서 혐한 서적을 이해했다면, 소비자의 입장에서 혐한 서적을 어떻게 소비를 하고 있는가를 살펴보고자 한다. 이에 대해서 2014년 마이니치신문이 독서여론조사[25]를 하면서 혐한・혐중 서적에 대한 소비자 조사를 실시한 바가 있다.

25) 毎日新聞(2014.10.26.)(https://ujikenorio.hatenablog.com/entry/20141029/p3 검색일 : 2020.01.11.)

<표3> 마이니치신문 혐한·혐중 여론 조사

1) 한국과 중국을 비판, 문제점을 지적하는 이른바 혐한·혐중 서적이 출판되어 잡지에서는 혐한·혐중 기사가 게재되고 있습니다. 이것들을 읽은 적이 있습니까?

	전체	남성	여성
있다	13%	18%	9%
없다	86%	81%	90%

2) <읽은 적이 있다고 대답한 사람만> 혐한·혐중의 책과 기사를 읽은 후에 한국, 중국에 대한 이미지가 어떻게 되었습니까?

	전체	남성	여성
좋게 되었다	1%	1%	1%
악화되었다	48%	48%	55%
변화 없다	50%	55%	43%

3) 혐한·혐중 서적 및 혐한·혐중 기사가 게재된 잡지가 팔리고 있는 것에 대해서 어떻게 생각합니까? (복수응답)

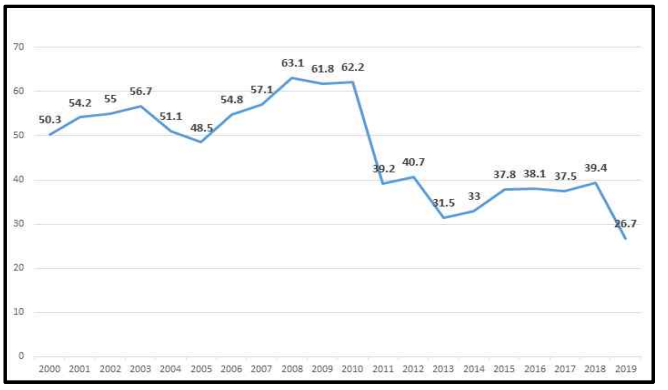
	전체	남성	여성
일본과 한국 중국의 관계를 악화시킨다	49	46	52
한국 중국보다 일본이 좋은 나라라고 인식을 넓히고 있다	12	14	10
한국 중국에 대한 불안 불만을 대변하다	30	33	26
일본에 대한 불안 불만의 출구	17	18	16
출판업계는 이익 추구로 향하고 있다	14	15	14
팔리는 것이 한탄스럽다	18	18	18
팔리는 것이 기쁘다	5	8	3
기타	15	14	15

<표3>의 1)에서 보는 바와 혐한・혐중 서적을 읽은 적이 있는 사람이 전체 응답자의 13%로 나타났다. 조금 더 구체적으로 살펴보면 남성(18%)이 여성(9%) 보다 훨씬 더 많이 관심을 가지고 있다는 사실을 알 수 있다. 여기서 눈여겨봐야 할 점은 읽은 경험이 있는 사람 중 60대가 45%인 반면, 10대 후반과 20대는 약 3%와 8%로 혐한・혐중 서적에 별 관심을 보이지 않는 것으로 나타났다.

두 번째 2)의 경우 '혐한・혐중 서적을 읽고 난 뒤 이미지가 어떻게 변했습니까?'라는 질문에 전체 응답자 중 48%가 '악화 되었다.'라는 응답을 하였다. 혐한・혐중 서적이 아무리 내용이 없고 사실에 근거하지 않는다고 하더라도 소비자인 독자에게 어느 정도의 영향을 미친다는 사실을 알 수 있다. 혐한의 대상이 한국이고 재일동포를 대상으로 한다면 혐한 서적에서 공격하는 내용과 오류를 밝혀 대응해야 하는 이유이기도 하다.

마지막으로 3)의 경우 '혐한・혐중 서적이 팔리고 있다는 데 어떻게 생각하십니까?'라는 질문에 전체 160건의 복수 응답 가운데 49건이(약 30%) '일본과 한국, 중국의 관계를 악화시킨다.'라고 응답했고, 또한 '팔리는 것이 한탄스럽다.'라는 응답 또한 18건(약 11%)으로 나타났다. 부정적인 응답은 약 41%를 나타내고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 '한국・중국에 대한 불안・불만을 대변한다.'라는 건은 30건(약 18%)으로 일본 내재적 문제로 인식하는 경우도 있었다. 마지막으로 '출판업계의 이익추구'라고 응답한 건은 14건(약 9%)으로 일본 출판 유통의 문제로 인식하는 경우는 적었다는 사실을 알 수 있다.

<그림1>에서 본 바와 같이 2005년 이후 혐한 서적 붐이 일어나 사회적 이슈를 만들었다. 아울러 마이니치신문의 조사처럼 혐한 서적을 읽은 사람 중 약 48%가 한국에 대한 '이미지가 악화되었다.'라는 결과 또한 나왔다. 여기서 한 가지 문제제기를 한다면 혐한 서적만 읽었다고 해서 약 48%의 독자가 '한국에 대한 이미지가 악화되었다.'라고 설명하기에 불충분하다고 생각한다. 자칫 잘못하면 일반화의 오류에 빠져 '혐한 현상'을 종합적으로 보지 못하는 오류에 빠지지 않을까 한다. 일본 전체의 한국과 한국인에 대한 인식 변화를 이해하지 않는다면 '혐한 현상'을 정확하게 이해할 수 없다고 생각한다.



<그림8> 한국 친근감 조사(2000～2019)[26]

일본 내각부는 일본과 관련 있는 주요국을 대상으로 매년 외교에 관한 여론 조사를 실시하고 있다.[27] <그림8>을 살펴보면 일본인의 한국에 대한 친근감은 2000년대 초반에는 50% 이상이고 2000년대 후반에는 60% 이상의 친근감을 나타내고 있다. 하지만 2010년대는 2011년(39.2%)과 2019년(26.7%)에 두 번의 급락을 경험한다. 일본 혐한 서적이 붐을 이루는 시기와 대체로 일치하는 경향을 보인다. 일본에서 혐한 서적의 붐은 일본인의 한국에 대한 친근감 악화의 일종의 한 현상이라고 봐야 할 것이다.

<그림9> 혐한서적 출판수와 한국 호감도[28]

26) 일본 내각부 외교에 관한 여론 조사 자료를 바탕으로 필자 작성.
27) 일본 내각부 외교에 관한 여론 조사(https://survey.gov-online.go.jp/r01/r01-gaiko/index.html 검색일 : 2020.01.10.)
28) 李洪千(2017)의 자료와 내각부 자료를 종합해서 필자가 작성.

<그림9>는 혐한 서적의 출판수와 한국에 대한 친밀감(나쁜 이미지)과의 상관관계를 나타내고 있다. 한국에 대한 나쁜 이미지는 2005~2010년까지 감소추세를 보이다가 2011년부터 한국에 대한 나쁜 이미지가 약 60% 전후로 급격하게 상승하는 것을 볼 수 있다. 여기서 추정할 수 있는 사실은 혐한 서적의 출판으로 한국의 친밀감이 나빠졌다는 논리보다는 한국에 대한 친밀감이 악화의 한 요인으로 혐한 서적 출판이 증가했다고 추정하는 것이 더 합리적이다. 그렇다면 2011년 이후 한국에 대한 이미지가 나빠지게 된 한일 관계에 대해서 살펴볼 필요가 있다.

산케이신문(産経新聞)에 의하면 2012년 이명박 대통령의 독도 방문이 겉으로 드러내지 않고 숨겨왔던 일본인의 '혐한 감정'을 드러내는 계기가 되었다고 분석하고 있다.[29] 하지만 이명박 대통령의 독도 방문보다 더 일본을 더 자극한 것은 이명박 대통령의 일본 천황 사죄 발언이었다.[30] 일본 천황의 한국 방문 조건으로 일본 천황이 사죄하라는 한국 대통령의 발언은 혐한 감정을 자극하기에 충분했다. 일본 언론도 경악을 금치 못했고, 외교 당국자의 말을 인용해 "악영향이 수년에 미칠 것이다." 라고 보도했다.

박근혜 대통령 또한 일명 '고자질 외교'로 혐한 감정을 부추겼다고 지적한다. 한국 내에서는 올바른 역사 교육을 주장하면서 제3국에서 일본을 비판하는 박근혜 대통령의 이러한 행동이 일본의 혐한 감정을 자극해서 악순환을 일으킨다고 분석했다. 또한 2014년 8월 산케이신문 서울지국장의 칼럼 기사 내용으로 불기소한 사건으로 일본 정부는 '인권유린'이라고 비난했다. 이에 대한 대응으로 일본 정부는 한국이 일본과 자유와 민주주의, 시장경제 등의 기본적 가치를 공유하는 중요한 이웃나라라는 문구를 일본 외무성 홈페이지에서 삭제하기도 했다. 아베 총리는 서울지국장 가토 다쓰야(加藤達也)[31]를 영웅 대접을 했으며 관저에서 45분간 긴 시간을 할애하면서 위로했다. 이러한 행위가 혐한 감정을 일으키기에 충분했다.

---

29) 産経新聞(2014.01.11.)(https://www.sankei.com/world/news/140111/wor1401110028-n1.html 검색일 : 2020.01.10.)

30) 중앙일보(2012.08.15.)에 의하면 이명박 대통령은 14일 일왕의 방한과 관련해 "한국 방문하고 싶으면 독립운동을 하다가 돌아가신 분들 찾아가서 진심으로 사과하면 좋겠다고 생각한다."고 말했다. 이어 "몇 달 고민하다 통석의 염, 뭐 이런 단어 하나 찾아올 거면 올 필요 없다"라고 했다. (https://news.joins.com/article/9053962 검색일 : 2020.01.10.)

31) 가토 다쓰야는 일본으로 귀국 후 명예훼손 관련 일련의 사건을 책으로 출판하면서 한국을 비판했다. 加藤達也(2016)『なぜ私は韓国に勝てたか 朴槿恵政権との500日戦争』、産経新聞出版.

이후 문재인 정부에서도 2018년 위안부 화해치유재단 해산과 자위대 해상 레이더 사건 등 일련의 한일 관계 악화는 혐한 감정을 자극하기에 충분했다. 무엇보다도 2018년 강제징용 대법원 배상 명령 확정에 대한 대응으로 일본은 화이트국가 제외 조치를 취했고 이에 대한 반발로 한국 정부는 지소미아(GSOMIA, 한일비밀군사정보보호협정) 파기 등으로 한일 정부는 최대의 관계 악화로 진행되고 있었다. 그 결과로 2019년 친근감 조사에서 한국이 26.7%의 최저 수치를 기록하게 된 배경이 되었다.

한일 관계 악화는 일본인의 한국에 대한 친근감을 저하시키는 데 가장 큰 영향을 미쳤다고 볼 수 있다. 이런 배경 하에서 일본의 혐한 감정을 확대 재생산할 수 있는 사회적 분위기가 조성되었고 앞에서 살펴본 바와 같이 경기 불황으로 인한 출판업계의 혐한 감정의 상업적 마케팅 때문에 일본 사회에서 '혐한 현상'이 나타났다고 정리할 수 있다. 하지만 일본 사회의 내재적 분위기도 지적하지 않을 수 없다.

'혐한 현상'은 일본 '역사수정주의' 운동의 '우연히' 만들어진 '변종' 사회 현상이라고 할 수 있다. 1990년대는 일본 사회의 큰 변혁기였다. 냉전 체제 붕괴 후 자민당은 55년 체제 이후 처음으로 야당에게 정권을 빼앗겼다. 경제적으로도 버블 경기의 붕괴로 본격적인 불황기에 접었다. '일본군 위안부' 논쟁으로 발표된 '고노담화'는 보수 세력에게는 큰 충격이었다.[32] 일본군 위안부를 공식적으로 인정하고 사과한다는 것은 일본이 나치와 같은 '전범 국가'가 된다는 것을 의미한다. 보수 세력에게 있어서는 결코 받아들일 수 없는 사건이었고 위기의 순간이었다. 이때 보수 세력들이 들고 나온 것이 '역사수정주의'이다.

이에 대해서 보수 세력은 '역사의 위기'를 '역사의 기회'로 전환하려고 시도했다. 이런 배경에서 나온 것이 '역사검토위원회'와 '새로운 역사 교과서를 만드는 모임'의 결성이다. 역사수정주의 운동은 이러한 배경에서 나온 것이라고 봐야 할 것이다. 그렇다면 역사수정주의 운동이 새로운 역사적 주장인가? 그렇지도 않다. 이전 시대의 역사적 주장과 별반 다름이 없다. 다른 점은 역사 논쟁의 주체가 확대된 점과 이들의 주장을 받아주는 미디어의 존재가 많아졌

32) 고노 담화(慰安婦関係調査結果発表に関する河野内閣官房長官談話)의 주요 내용은 다음과 같다. 今次調査の結果、長期に、かつ広範な地域にわたって慰安所が設置され、数多くの慰安婦が存在したことが認められた。慰安所は、当時の軍当局の要請により設営されたものであり、慰安所の設置、管理及び慰安婦の移送については、旧日本軍が直接あるいは間接にこれに関与した。1993.08.04. 일본 외무성 홈페이지(https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/taisen/kono.html 검색일 : 2020.02.26.)

다는 사실이다. 그중의 하나가 '혐한 서적'이다.

1990년대 역사 논쟁이 이전 시대와 다른 점은 질적인 문제가 아니라 양적인 문제라는 것이다. 이전 시대의 주장과 전혀 새로울 것이 없지만 많은 미디어에서 이들의 주장을 재생산하고 있다는 것이다. 1990년대 이후 역사수정주의의 주장이 언론, 출판, 방송, 만화 영역에서 확대 재생산되었다는 것은 주지의 사실이다. 특히 2012년 아베 정권의 출범은 역사수정주의와 혐한 현상을 조장, 묵인하는 사회적 분위기를 만들었다. 역사수정주의에 호의적인 아베 정권, 역사수정주의의 한 변종인 '혐한 현상' 그리고 한일 관계의 악화, 마지막으로 장기 집권의 가능성이 열려있는 아베 정권의 지속이 '혐한 현상'의 배경이다.

5. 결론

일본의 '혐한 현상'은 소멸하기는커녕 점점 더 일본 사회에서 하나의 새로운 문화 현상으로 정착되어 가는 경향을 보인다. 이러한 배경을 바탕으로 본 연구는 '혐한 현상'이 '왜 아직도 일본 사회에서 유효한가?'에 대한 문제제기에서 출발하였다. 이러한 문제제기에 대한 대답으로 기존의 연구는 일본 사회의 우경화와 2채널을 중심으로 하는 일본 우익 미디어의 영향을 중심으로 연구가 진행되어 왔다. 이러한 연구는 '혐한 현상' 초기에 연구 접근법으로 적확하고 의미가 있었지만, 이제 '혐한 현상'이 소멸하지 않고 정착되어 가는 이 시점에 새로운 접근법이 필요하다고 생각된다. 이러한 맥락에서 본 연구에서는 일본 출판 유통의 구조적 문제와 인터넷 뉴미디어 등장과 패전 이후부터 존재해 왔던 일본의 배외주의에 접근해 연구를 진행해 왔다. 다음은 연구 결과이다.

첫째, '혐한 현상'의 이면에는 일본 출판 유통의 구조적 문제점이 존재했다는 점을 지적하였다. 출판 업계의 장기적 불황은 신간 서적을 지속적으로 출간할 수밖에 없는 구조를 양산했고, 저예산으로 판매 부수를 증가시킬 수 있는 '혐한' 소재는 출판사 입장에서는 거부하기 힘든 아이템이었다. 『만화 혐한류』가 베스트셀러가 된 이후 출판업계에서 '혐한' 소재는 '내용이야 어떻든'이라는 생각으로 '혐한 현상'을 양산해 왔다고 본다.

둘째, 인터넷 뉴미디어의 영향이다. 기존의 거대 신문사와 방송국은 독자와의 소통이라는 측면에서 본다면 인터넷과 SNS보다는 일방적이고 폐쇄적인 소

통 구조를 가지고 있다. 하지만 뉴미디어인 인터넷과 SNS는 독자와의 양방향 소통을 기본으로 하고 게다가 익명성을 보장하는 순간 사용자들은 거침없는 표현을 하게 된다. 특히 인터넷이라고 하면 어떤 표현을 해도 된다는 생각에 '차별적인 발언'과 '자극적인 표현'도 가능하다는 것을 지적했다.

인터넷 뉴미디어에서 범람하는 '혐한 현상'의 바탕에는 '한국 멸시론'이 존재한다. 전후 일본 사회에서는 한국에 대한 무관심과 무지가 팽배했고 한국인과 한국 문화에 대해서 생물학적 인종주의와 문화적 인종주의를 바탕으로 일본인의 우월감을 암묵적으로 인정하는 분위기였다. 일본 사회가 불안할 때 기묘한 내셔널리즘을 통해서 가상의 적으로도 이용되기도 했다. 이러한 일본인의 관념 속에는 일본의 '한국 식민지 역사관'이 존재해 오고 있었다. '한국 멸시론'과 '한국 식민지 역사관'의 변종이 인터넷이라고 하는 뉴미디어를 통해서 '혐한 현상'으로 나타나게 된 것이다.

셋째, 한일 관계의 악화와 '혐한 현상'은 상관관계가 있다는 것을 알 수 있었다. 한일 관계의 악화는 일본인의 한국에 대한 친밀감의 급락을 가져왔다. 또한 급락한 이 시기에 '혐한 현상'을 바탕으로 하는 혐한 서적이 최대의 붐을 이루고 있다는 사실도 알 수 있었다. 이러한 맥락에서 2019년 『주간 포스트』의 혐한 기사 사건에서 보듯이 '혐한 현상'은 한일 관계의 악화를 배경으로 언제든지 '상업적 마케팅'을 통해서 되살아 날 수 있다는 것을 알 수 있었다.

【참고문헌】

강기철(2012)「『만화혐한류』의 상업적 전략과 보수 저널리즘의 확대」『일어일문학』56, 대한일어일문학회, pp.289-307. (DOI: https://DOI.org/10.18631/jalali.2012..56.017)

박명희(2019)「일본사회 혐한의 확산-자정의 담론구조와 한일 관계의 부침」『일본연구논총』50, 현대일본학회, pp.6-26. (DOI: https://DOI.org/10.35368/kjjs.2019..50.001)

박수옥(2009)「일본에서의 혐한류와 미디어내셔널리즘-2ch와 일본 4대 일간지를 중심으로」『한국언론학정보학보』47, 한국언론정보학회, pp.120-147.

송민수(2016)「한·일 넷우익 사이트와 혐한·반일 의식」『영상문화콘텐츠연구』10, 동국대학교 영상문화컨텐츠연구원, pp.127-148. (DOI: https://DOI.org/10.24174/jicc.2016.06.10.127)

정수영(2010)「『만화혐한류(マンガ嫌韓流)』의 이야기 분석을 통해 본 일본 내 혐한류에 관한 연구」『한국출판학연구』58, 한국출판학회, pp.187-215.

최규호(2016)「일본의 혐한 서적(嫌韓本) 현황과 논의에 관한 연구」『일본언어문화』34, 한국일어교육학회, pp.385-407. (DOI: https://DOI.org/10.17314/jjlc.2016..34.018)

히라타 유키에(2005)『한국을 소비하는 일본－한류, 여성, 드라마』, 책세상.

李洪千(2017)「出版メディアと排外主義：嫌韓本の分析中心に」『東京都市大学横浜キャンパス情報メディアジャーナル』18、情報メディアジャーナル編集委員会、pp.109-118.
岡崎久彦(2006)『なぜ、日本人は韓国人が嫌いなのか』、ワック、p.322.
鄭大均(1995)『韓国のイメージ: 戦後日本人の隣国観』、中公新書、pp.63-81.
広谷真実(2016)「日本における嫌韓言説に見られるレイシズムとその特徴」『日語日文学研究』第98輯、韓国日語日文学会、pp.303-327. (DOI: https://DOI.org/10.17003/jllak.2016.98.2.303)
山崎望(2015)『奇妙なナショナリズムの時代排外主義に抗して』、岩波書店、pp.284-285.
出版科学研究所(2019)『出版月報』2019年 1月号、p.6.
뉴포스트세븐 홈페이지(https://www.news-postseven.com/archives/20190902_1444923.html 검색일 : 2019.11.20.)
일본 내각부 외교에 관한 여론 조사(https://survey.gov-online.go.jp/r01/r01-gaiko/index.html 검색일 : 2020.01.10.)
일본 외무성 홈페이지(https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/taisen/kono.html 검색일 : 2020.02.26.)
출판과학연구소 출판지표연보(2018년판) 홈페이지(https://www.ajpea.or.jp/statistics/index.html 검색일 : 2020.01.03.)

논문 투고 일자 : 2020. 02. 29.
논문 심사 일자 : 2020. 04. 24.
게재 확정 일자 : 2020. 04. 24.

<要旨>

日本における嫌韓の現象に関する批判的研究

姜基哲

本稿の目的日本における「嫌韓現象」を批判的に論じることである。日本の「嫌韓現象」は収束するどころか、新たな文化現象として定着してしまった。本研究では、このような「嫌韓現象」が「なぜ、いまだに日本社会に残っているのか」について問題提起したものであり、研究の結果は以下３つである。

第１に、日本の出版流通市場の構造的な問題と「嫌韓現象」の相関関係について述べた。不況のため、出版社は内容を問わず、よく売れるアイテムを求めるようになり、結果として嫌韓と関係がある「嫌韓書籍」がアイテムの１つとなった。

第２に、ニューメディアであるインターネットと「嫌韓現象」及び「排外主義」との関係を論じ、ニューメディアであるインターネットは、匿名性の確保により両者を助長したことが明らかになった。

第３に、韓日関係と「嫌韓現象」の関係性を検証し、「嫌韓現象」は日韓関係と密接な関係にあり、歴史修正主義運動の１つの変種でもあると主張した。

A critical study of the anti-Korean phenomenon in Japan

Kang, Gi-Chul

The purpose of this study is to critically examine the anti-Korean phenomenon in Japan—instead of dying down, it has become a cultural occurrence. This study addresses the following research question: “Why is the anti-Korean phenomenon still valid in Japanese society?” The results are as follows.

First, there exists a relationship between Japanese publishing market’s structural problems and the phenomenon. Due to the recession, publishers found items that would sell well regardless of their content, and these were “anti-Korean books.”

Second, I explain the relationship between new media, such as the internet, the phenomenon, and chauvinism—the guarantee of anonymity on the internet has resulted in strengthening the phenomenon and chauvinism.

Last, I explore the relationship between the phenomenon and Korea-Japan relations. I also explain the relation to historical revisionism in Japan. Anti-Korean sentiment is closely related to Korea-Japan relations, and it can be demonstrated that it is a variant of Japanese historical revisionism.