

한국 젊은층의 일본관 변화와 문화적 요인 분석*

— ‘상호 혐오의 악순환’을 넘어—

오 승 희**

(e-mail : ohsh94@hanmail.net)

< 목 차 >

- | | |
|---|------------------------|
| 1. 서론 | 4. 한국인의 일본관 변화 |
| 2. 한일관계의 정치성 변화와 이슈간 연계 | 4.1. 한국인의 일본인식 |
| 3. 한국인의 일본관 변화의 문화적 요인:
백래시와 회복력의 작용-반작용 | 4.2. MZ세대의 특징과 일본관의 변화 |
| | 5. 결론 |

키워드 : 日韓關係(Japan-Korea Relations), 文化(Culture), MZ세대(MZ Generation), 日本觀(Perception of Japan), 文化交流(Cultural Exchange)

1. 서론

2019년의 한일관계는 1965년 한일국교정상화 이후 최악의 상태로 평가될 만큼 악화되었다. 한국 대법원의 강제동원판결과 아베 총리의 수출규제강화 조치, 이에 대항하는 한국 국민들의 자발적 일본상품 불매운동과 한국정부의 한일군사정보보호협정(GSOMIA, 지소미아) 종료 선언과 효력정지로 역사, 경제, 안보 문제가 연계되어 악순환에 빠졌다.

2020년 코로나19 사태와 8월 7일 일본제철(구 신일철주금)의 한국 법원의 국내 자산 압류명령 결정에 대한 즉시항고, 8월 28일 아베총리의 사임 표명으로

* 본 논문은 2013-2019년 진행된 동아시아연구원(EAI)의 「한일상호인식조사 데이터」 및 EAI 워킹페이퍼 「한일관계 세대분석」의 내용을 바탕으로 작성되었다. 심사 및 코멘트를 통해 논문의 완성도를 높일 수 있게 해주신 심사위원께 감사드린다.

** 동아시아연구원, 수석연구원, 일본 외교정책, 중일관계

한일관계는 예측 불가능한 상황으로 전개되고 있다. 포스트 아베시대의 한일관계에 대한 다양한 전망들이 제시되고 있다.

전후 75년이 지나도 여전히 남겨진 역사문제, 역사-경제-안보의 악순환에 빠진 한일관계의 돌파구는 어디에서 찾을 수 있는가? 본 연구는 한일관계의 문화적 요인에서 관계개선의 가능성을 모색해본다. 한일 문화 교류의 전개를 되짚어보고, 한일관계의 주역으로 성장하는 젊은 세대의 일본관에 주목하여 한일관계의 구조적 변화와 개선 방안에 대해 논의한다.

본 연구는 구성은 다음과 같다. II장에서는 정체성을 매개로 한 한일 간 역사, 정치, 문화 영역의 연계적 접근을 시도한다. III장에서는 한일 문화교류의 역사 속에서 한일 간 백래시(backlash, 반발)와 갈등으로부터 대안을 모색하는 회복력의 작동에 대해 논한다. IV장에서는 19-39세(MZ세대)에서 나타나는 일본인식의 변화를 살펴보고 MZ세대의 경험을 바탕으로 한 문화적 코드가 일본을 바라보는 시각을 어떻게 변화시켰는지 살펴본다. V장은 결론으로 문화교류가 한일 역사문제와 정치갈등과 어떻게 조응하며 발전되어 왔는지 정리하고, 한일 협력을 위한 문화의 역할에 대해 논의한다.

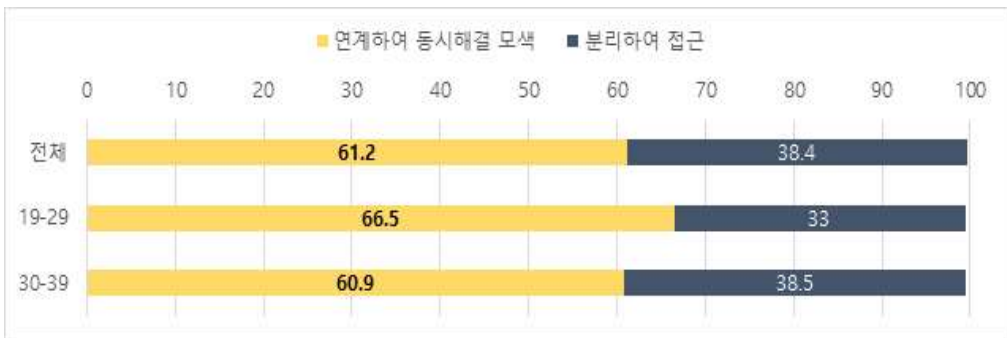
한일 간 역사, 경제, 정치, 문화적 요인은 상호 연계되어 있다. 역사문제가 한일관계에 악영향을 미치는 것을 막기 위한 분리적 접근은 단기적으로는 유용할 수 있다. 그러나, 중장기적으로 볼 때 역사문제와 정치외교는 사실상 분리되기 어렵다. 문화교류를 바탕으로 한 상호 교류를 통해 역사문제를 근본적으로 해결하여 화해로 가는 선순환적 연계가 나타날 수 있도록 노력할 필요가 있다. 그리고 젊은 세대의 인식변화에서 그 가능성을 확인한다는 데 본 연구의 의의가 있다.

2. 한일관계의 정체성 변화와 이슈간 연계

일본은 한국인의 자기 정체성을 형성하는 데 매우 중요한 타자이다. 근대 국민국가 형성과정에서 한국인의 정체성은 일본이라는 타자에 대면하여 형성되었다. 역사문제가 한일관계에서 결코 분리되기 어려운 이유는 한국인의 정체성 형성에 식민지배의 역사가 강력하게 자리하고 있기 때문이다.

한국과 일본은 지난 75년 간 과거의 ‘식민지 조선’, ‘분단’, ‘한국전쟁’, ‘패전국 일본’을 둘러싼 부정적 아이덴티티를 극복하기 위해 노력해왔다. 양국은 1965년 한일국교정상화를 통해 역사문제를 해결하려고 시도하였으나, 한국의 권위주의 정권과 식민지배의 불법성에 대한 인식이 부족했던 일본 정부 간 합의는 한일 화해를 이루지 못해 아직까지도 역사문제가 한일 간의 주요 쟁점이자 해결과제로 남게 되었다. 여전히 상이한 입장에서 일제강점기-식민지배를 인식하고 대응하고 있는 상황에서, 역사문제를 다른 문제로부터 분리하여 접근하려는 시도가 뚜트랙 전략 등으로 나타난 바 있다. 한일 간 협력이 필요한 다양한 문제들을 위해 ‘미래 지향의 한일관계’가 강조되면서 과거로부터의 분리를 추구해오고 있다. 역사문제가 장기화되면서 부정적인 영향력을 최소화하기 위한 분리 접근이 시도되어 온 것이다.

그러나 한일 간 역사문제는 정치와 문화 부분에 끊임없이 영향을 미쳐왔으며 문화교류는 잠시 단절되었다가 다시 재개되면서 한일관계의 개선을 위한 대안으로 제시되어 왔다. 한일관계 개선을 위해 역사문제를 다른 영역, 특히 민간 교류 영역으로부터 분리하여 접근하는 것은 가능한가? 한일관계의 걸림돌로 여겨지는 역사문제와 한일관계의 개선 방안으로 우선 고려되는 문화교류는 과연 분리될 수 있는가?



*출처: 동아시아연구원(2020)

<그림 1> 역사문제와 다른 현안들의 연계 또는 분리

2020년 5월 실시된 EAI의 <한국인의 정체성> 조사에서는 ‘한일관계 개선을 위한 바람직한 역사문제 접근방식’을 묻는 질문에 대해 역사문제와 한일 간 다른 사안들을 연계하여 동시에 해결해야 한다는 응답이 전반적으로 많았다. 특

히 19-29세에서는 역사문제의 연계 접근을 지지하는 비중이 더욱 높았다.

역사문제와 다른 분야는 정체성을 매개로 상호 연계된다. 일본을 바라보는 한국인의 시선은 자신과 타자를 선과 악으로 이분화에서 인식하는 경향이 있다. 한국인을 친일과 반일의 이분화로 구분해온 것이다. 그러나 한국인의 정체성 내 일본의 비중은 상당히 감소해왔다. 한일관계는 근대화과 민족주의의 발현, 그리고 탈식민지화를 추구하는 과정에서 ‘문명 대 야만’의 구도에서 ‘정의 대 불의’의 논의로 전개되어 왔다.¹⁾

호미바바(Homi K. Bhabha)는 극단적인 자아와 타자의 양극성으로부터 벗어나 제3의 공간에 존재하는 문화의 혼성성(hybridity)을 모색하는 탈식민적 정체성 형성의 가능성을 제시하였다.

상호국가적인 문화란 다문화주의나 문화의 ‘다양성’이라는 이국 취향에 근거한 것이 아니라 문화의 ‘혼성성(hybridity)’의 기입과 절합에 근거한 것이다. 즉, 문화의 의미의 짐을 나르는 것은 상호(inter)의 공간(전이와 교섭의 침예한 가장자리, ‘사이에 낀(in-between)’ 공간)이라는 사실이다. 그 공간은 민족적이면서 반민족주의적인 ‘국민(people)’의 역사를 구성하는 일을 시작할 수 있게 해준다. 그리고 그 같은 제3의 공간을 탐색함으로써, 우리는 양극성의 정치학을 벗어날 수 있으며, 우리가 우리의 자아의 타자들로서 나타날 수 있을 것이다. (호미바바 2005: 93)

한일관계에서 식민주의와 민족주의 기반의 정체성을 넘어서는 탈식민주의와 탈민족주의의 영역에서의 복합적인 새로운 정체성의 형성이 가능하다면 새로운 한일관계의 재설정을 모색해볼 수 있다.

본 연구에서는 한일 간 문화교류를 역사문제와 정치성의 상호작용의 관점에서 접근한다. 본 연구에서 역사는 일본의 식민지배를 둘러싼 갈등요인들을 의미한다. 정치는 정부 간 관계로서 정치, 외교, 안보 등의 문제들을 포함한다. 문화는 대중문화와 일본방문 등 일본 경험을 바탕으로 한 민간 교류로 규정한다. 본 연구는 식민주의와 탈식민주의로 넘어가는, 그리고 민족주의에서 탈민족주의로 넘어가는 시대적 변화 속에서 기성세대의 일본관과 다소 차이를 나타내는 젊은 세대에 주목한다. 젊은 세대의 일본 인식의 차이를 가능하게 한 문화적 요인을 확인하고, 문화교류를 바탕으로 한 젊은 층의 일본 인식의 변화를 확인한다.

1) 이지원(2015) 「한일 문화교류와 "반일"논리의 변화: "왜색문화" 비판 언설의 궤적」 『한국과 국제정치』31(1), 극동문제연구소, pp.119-150.

3. 한국인의 일본관 변화의 문화적 요인: 백래시와 회복력의 작용-반작용

전후 식민지배의 기억으로 인해 ‘금기’의 대상이었던 일본문화는 1998년 김대중-오부치 공동선언 이후의 일본문화개방 조치로 공식적으로 접근 가능해졌다. 한일 간 문화교류는 상호적인 것이고, 공감을 바탕으로 형성, 발전되어왔다. 대중문화개방 시점에는 ‘한류’ 현상이 등장하기 시작하였다. 1997년부터 2000년대까지는 중국, 대만을 중심으로 한국드라마와 가요가 인기를 얻기 시작하였으며, 2000년대 들어서면서 일본에도 한류가 정착하게 되는데, 특히 2003년에서 2004년 사이 겨울연가로 일본 내 한류붐이 일었을 때 제4차 대중문화개방이 맞물려 나타난 것에 주목할 필요가 있다.²⁾

<표1> 일본 대중문화 개방 진행

문화개방	시행일	영화	비디오	공연	애니	음반	게임	방송
1차개방	1998. 10.20	세계4대영화제수상작	개방 허용 중 국내 상영 영화	미개방	미개방	미개방	미개방	미개방
2차개방	1999. 09.10	공인수상작 및 전채관람가		2천석이하 실내				
3차개방	2000. 06.27	18세이상 관람가 제외		실내외 공연	국제영화제수상	일본어가창제외	게임기용 비디오팀외	스포츠, 다큐멘터리, 보도, 국내상영영화
4차개방	2004. 01.01	전면개방	2006년부터 전면개방	전면개방	2006부터 전면개방	전면개방	전면개방	케이블, 위성 대폭개방, 지상파 일부개방

*출처: 외교부(2015)

1990년대 일본 대중문화 개방을 앞둔 당시 일본문화에 잠식당하지 않을까

2) 한영균(2013) 「일본 내 ‘혐한류’현상의 실체」 『일본문화연구』48, 동아시아일본학회, p.436; 이성환(2015) 「일본 대중문화의 유입과 한일관계」 『일본문화연구』53, 동아시아일본학회, p.277; 김성민(2017) 『일본을 금하다-금제와 욕망의 한국 대중문화사 1945-2004』 글항아리, pp.12-236. 등

하는 신식민주의에 대한 우려가 깊었다. 1998년 정부의 대응보고서에서도 이전까지 일본방송의 모방 관행이 이루어져왔던 한국 방송의 한계를 어떻게 극복할 것인가가 중요하다고 강조하고 있다.

기존연구³⁾들이 지적한 바 있듯이 일본문화에 대한 자신감은 한국문화의 자신감과 밀접한 상관성을 가지고 있다. 한일 문화교류 과정은 일본문화의 경쟁력 우위에 대항하여 한국문화의 자신감이 증가하는 흐름으로도 요약할 수 있다. 일본문화 개방 및 확산에 대한 두려움에 대해 한국문화의 경쟁력 강화 및 자신감 확보로 대응하면서 활발한 상호 교류가 가능해졌다.

아이돌 문화는 일본이 앞서 발전시켰지만, 최근에는 한국출신 걸그룹이 일본의 걸그룹보다 체계적인 훈련을 받고 이에 따른 실력을 갖추고 있다는 평가를 받기도 한다. 트와이스처럼 일본국적의 멤버가 포함된 그룹을 형성해오기도 하였고, 2018년도에는 <PRODUCE 48> 프로그램을 통해 한일합작 걸그룹 아이즈원(IZ*ONE)이 결성되었다. 한일 양국을 오가는 트와이스의 활약에 더해 2020년에는 JYP 소속의 일본인으로 구성된 걸그룹 니쥬(NiziU)가 성공적으로 데뷔하였다.⁴⁾

이러한 문화정치에서 문화경제로의 변화는 한국산, 일본산 상품 구매와 마찬가지로 문화적 위기감보다는 소비자의 선택권으로 받아들여지게 되었다. 한류의 확산과 함께 해외 문화로의 교류를 긍정적으로 인식하게 되고 그 과정에서 일본문화도 특정화된 대상에서 벗어나 외국 문화의 하나로써 자연스럽게 자리하게 되었다. 일본산이라는 국적을 의식하는 것보다는 콘텐츠 자체에 대한 호감도가 이용, 소비, 활용을 결정하는 요인이 되면서 콘텐츠의 중요성 강화되어 왔다.

한류는 한국의 문화적 자신감으로 일본문화에 대한 두려움 내지 저항감을 감소시키게 된다. 문화수입국이었던 한국이 문화수출국이 되고, 한국문화의 우월성이 입증되면서 일본문화에 대한 완전 개방이 가능하게 되었다

1995년 제작된 일본영화 <러브레터>는 한국에서 1999년에 개봉하며 ‘오겐키 데스카’가 한 때 유행어가 되었다. 2001년경부터 나타난 일본교과서 문제에 대

3) 전계서, 한영균(2013); 전계서, 이성환(2015) p.291; 전계서, 김성민(2017) 등

4) JYP에 따르면 니쥬는 지난달 30일 발매한 프리 데뷔 디지털 미니앨범 ‘메이크 유 해피’(Make you happy)로 오리콘 주간 디지털 앨범 차트에서 2주 연속 정상을 차지하고 디지털부문 3관왕을 차지했다. 프로듀서 박진영 역시 일본 내 예능에 출연하며 많은 주목을 받았다.

<https://niziu.com/s/n123/?ima=5416> (검색일: 2020.08.30.)

한 반발로 일본문화개방이 지연되기도 하였으나 2002년 일본 애니메이션 <센과 치히로의 행방불명>이 개봉하여 한국에서도 많은 관객을 동원하였다. 문학분야에서 일본 작가의 책을 찾는 독자들도 꾸준히 증가하였다. 무라카미 하루키(村上春樹)는 ‘하루키 붐’을 이루며 강력한 팬덤을 형성하였다. 일본 음식점을 비롯한 식문화도 성행하였고, 일본 분위기를 그대로 느낄 수 있는 식당들도 급증하였다. 일본 드라마나 일본 식문화, 일본풍의 디자인 등 일본문화를 향유하고 소비하는 것이 일상이 되었다. 역사문제로부터 타격은 입지만 문화분야에서 회복하는 작용-반작용이 작동하고 있는 것이다.

특히 2002년 한일월드컵 공동개최는 각계각층에서 한일 간 교류의 경험을 확산시켰다. 2002년 2월 15일-16일 방영된 한일 공동제작 드라마 <프렌즈>에서 일본어 대사가 그대로 방영되자, 불쾌함을 느낀 시청자들과 언론, 그리고 정부에서 MBC에 강한 비판을 제기한 사건도 있었다. <미스터 션샤인> 등 최근 한국에서 방영하는 드라마에서는 배우들이 일본어 대사를 완벽하게 구사하고 일본어 대사가 그대로 전달되는 것이 더이상 놀랍지 않게 변화하였다.

한편, 1990년대부터 역사문제로 인한 일본 내 백래시와 혐한도 등장하기 시작했다. 일반적으로 인적교류 확대, 대중문화 유입 등을 통한 민간 교류의 심화는 상대국가에 대한 부정적 인식을 감소시킬 것으로 기대된다. 그런데 한국국제문화교류진흥원이 펴낸 2018년 <글로벌한류트렌드> 조사를 보면, 일본은 다른 아시아 국가들과 상이한 한류 인식을 갖고 있는 것으로 나타난다. 한국의 국민성이 좋지 않아서(21.2%), 한국과 정치 및 외적 갈등 때문에(20.3%), 한국과의 역사적 관계 때문에(13.6%) 한류에 대한 부정적인 인식을 갖고 있다고 응답하였다.

1997년 결성된 <새로운역사교과서를만드는모임(新しい歴史教科書をつくる会)>을 비롯한 일본 내 역사수정주의적 움직임과 전후사관을 자학사관으로 인식하기 시작한 우익성향의 세력이 등장하면서 역사인식을 둘러싼 갈등이 표면화되기 시작한다. 일본 역사 교과서 문제로 4차 문화개방이 지연되었다. 2002년 한일월드컵공동개최를 계기로 다양한 민간 교류를 활성화하여 한일교류 강화해 나가는 노력을 통해 다시 우호적인 인식과 호감도가 증가하기 시작하였다. 그러나 2005년 다시 시마네현의 독도조례 제정, 교과서 문제, 야스쿠니 신사참배 문제들이 거론되며 다시 정부 간 관계도 악화되었다. 2000년대 일본 네티우익의 인터넷 활동공간인 2ch에 게재되던 혐한관련 발언들과 2005년 신유사(晋遊舎)

에서 발간된 <만화 혐한론(マンガ 嫌韓流)> 등 혐한론이 부상하였다.

2012년 이명박 대통령의 독도방문으로 정치권발 한일관계 악화가 두드러지게 나타났다. 2012년 등장한 자민당 아베 정권과, 2015년 일본군‘위안부’합의 시도가 한일 간 역사 화해로 이어지지 못했고, 역사문제는 여전히 미해결로 남아있다. 2019년 한일관계는 역사, 경제, 안보 이슈가 직결되면서 정부 간 관계뿐만 아니라 민간 교류 역시 큰 타격을 입었다.

역사적 요인, 정치적 갈등요인은 문화교류에 직접적인 영향을 미친다. 영토문제는 문화 정치적 인식을 강화하며 반일-혐한의 표출로 나타났다. 그러나 시간이 흐르면 관계개선의 시도는 문화적 요인에서 추동된다. 문화교류가 역사문제와 정치문제의 즉각적이고 급격한 변화는 가져오지는 않았지만, 젊은 세대의 일본 인식에 영향을 미치며 좀 더 장기적으로, 점진적으로 영향을 미쳐왔다. 문화교류는 부정적인 한일관계로부터의 직접적인 영향에 적응해가며 점진적으로 관계개선을 위한 회복력을 강화해왔다.

2013년 이후 일본군‘위안부’ 문제와 독도 영유권 문제로 탈출구를 찾지 못하던 일본의 한류는 한국드라마 <도깨비>로 재점화되었다(문화체육관광부 2017a). 2017년 3월부터 방영된 <도깨비>가 일본 시청자에게 호평을 얻으면서, <완벽한 아내>, <사임당> 등 한류 드라마들의 방영이 지속되었다. 2020년에는 <사랑의 불시착>, <이태원클라스> 등이 넷플릭스 등을 통해 높은 인기를 구가하고 있다. 한류 드라마 내용도 다양해지고, 한국의 음악·패션·푸드 등 라이프스타일 체험형으로 진화하는 점도 긍정적인 영향을 미친 것으로 보인다(문화체육관광부 2017a).

2017년 한국에서는 일본 신카이 마코토(新海誠) 감독의 애니메이션 <너의 이름은.>이 흥행하였고, 예술의 전당에서 신카이 마코토 감독 작품 전시회가 개최되기도 하였다. 일본에서는 트와이스, 세븐틴을 비롯한 다양한 아이돌들이 일본 무대에 진출하였고, 일본어 음원을 발매하는 등 활발한 일본 활동이 전개되어왔다. 2019년 극단적인 한일 갈등 이전까지 국적이 온전히 없어지지는 않았지만, 국적보다는 콘텐츠 중심의 개인 취향으로서 자리잡아가고 있었다.

2018년 한국 케이블 방송 M.net <PRODUCE 48>을 통해 한일합작 걸그룹 ‘아이즈원(IZ*ONE)’이 데뷔하였다. 트와이스를 비롯해 일본인 멤버가 포함된 걸그룹이 이미 활발히 활동하고 있었다. <PRODUCE 48>의 경우에는 제작단계에서부터 AKB48 프로듀서 아키토 야스시(秋元康)가 적극 참여하여 한일 공동

결그룹이자 한일 양국 데뷔라는 부분을 강조하며 한일 협력의 새로운 모델을 제시하기도 하였다. 오디션 프로그램 방영 중 참가자들은 한국어와 일본어를 배우며 소통하였고, 노래도 한국어와 일본어가 모두 사용된 곡을 부르기도 하였다 (Mnet 2018).

한편, 2018년 11월 9일 방탄소년단(BTS)의 TV아사히의 뮤직스테이션 출현이 갑자기 무산된 사건이 있었다. NHK 방송도 BTS의 12월 31일 홍백가합전 출현을 검토하다 보류했다. 후지TV도 BTS의 12월 방송예정 프로그램 출연을 검토하다가 중단하였다. 갑작스러운 방송 출연 취소 결정의 이유로 방송사 측은 2017년 BTS 멤버 지민이 원자폭탄 사진과 한국의 광복을 축하하는 사진이 인쇄된 티셔츠를 입었던 것을 문제 삼는 일본 내 항의가 있었기 때문이라고 밝혔다. 그러나 사실상 2018년 10월 30일 한국 대법원이 일본기업 신일철주금에 일제강점기 당시 강제징용 피해자들에게 위자료를 배상할 것을 명령한 판결과 그에 대한 일본 정부의 항의와 무관하지 않은 것으로 보인다.

일본 방송 출연 취소 결정에도 불구하고, BTS는 일본 돔투어를 성공적으로 개최하였고, 일본 오리콘 연간 랭킹 2018에서 ‘해외 앨범 랭킹’ 1위를 차지했다 (연합뉴스 2018). 트와이스의 경우도 위안부 할머니들을 지원하는 마리몬드(MARYMOND)에서 제작한 티셔츠를 입었다는 문제로 논란이 되기도 하였다. 혐한 단체들이 반일활동가라고 문제 삼은 것이다. 그러나 예정대로 NHK 홍백가합전에 출연하였다.

역사 문제는 여전히 문화교류에 영향을 미치고 있지만, 이를 극복하기 위한 회복력 역시 강화되어오고 있다. 일본 대중문화 개방으로부터 20년이 지난 현재, 일본의 문화침식에 대한 우려와는 다른 상황이 전개되어왔다. 역사문제에 있어서만큼은 친한/혐한의 잣대가 적용되고 있으며, 일본에 대한 인식도 반일/친일의 이분법이 존재하고 있다. 그럼에도 불구하고, 점차 문화의 국적에 기반한 인식보다는 ‘콘텐츠’ 자체의 경쟁력이 주목받으면서, ‘나’라는 개인을 중심으로 한 문화 소비와 국적보다는 ‘공정’에 기반한 생활밀착형 혼성화된 문화교류의 시대로 변화해나가고 있다고 할 수 있다.

일본의 경우, 1945년 이후 패전국 일본으로서 국내외 개혁을 단행하고 상징 천황제와 군대보유를 포기한 헌법을 바탕으로 평화국가 일본을 향해 나아가고 있다. 1951년 샌프란시스코 강화조약으로 연합국과의 전후처리를 완료하고, 한국과는 1965년 한일국교정상화를 바탕으로 전후처리 문제를 완전히 최종적으로 다루었다는 입장이다. 언제까지 과거 문제에 대해 사과해야 하는가란 문제

의식이 등장하기 시작하고, 식민주의적 민족주의의 반일 감정에 대해 그에 대한 대응으로 탈식민기 한국에 대한 일본 민족주의의 발현으로 나타난 것이 혐한(嫌韓)이라고 할 수 있다. 전후 70년을 맞이하여 발표한 아베 신조 일본 총리의 담화를 살펴보면, 전후 태어난 일본인이 80%에 달하고 있고, 역대 내각에서 역사 문제에 대해 사과와 반성의 마음을 표명해왔다고 본다. 전후 국제사회에 기여해 온 일본은 ‘전후체제로부터의 탈각’을 추진해오고 있다.

해방 이후에도 한참 동안 금기의 대상이었던 일본 대중문화의 개방은 한국 국민들이 직접 체감할 수 있는 변화를 만들어냈고 새로운 한일관계를 모색할 수 있게 하였다. 일본 문화와의 교류는 탈식민의 맥락에서 시작되어 반일-혐한의 작용-반작용 시대를 거쳐 공동/공감을 모색하는 과정으로 전개되고 있다. 이 과정에서 한국문화와 일본문화는 서로 마주보면서 각각 새로운 문화적 아이덴티티를 형성해가고 있다. 혼성성의 문화아이덴티티 기제를 적용해보면, 초기 탈식민화를 위한 자아로부터의 타문화 구분이 나타나는 과정에서, 다시 타문화와 자문화의 인식 확립을 거쳐, 이후 다양한 주체들 간의 자유로운 자/타 구분이 중층적으로 구성되고 있다.

4. 한국인의 일본관 변화

4.1. 한국인의 일본인식

2019년 한일무역분쟁이 본격화되기 이전까지 2013년부터 지난 7년간의 한일 양국 국민의 호감도 추이를 보면, 전반적으로 일본의 한국에 대한 호감도가 낮아지고 있는 반면, 한국의 일본에 대한 긍정적 인상은 증가하고 있었다.⁵⁾ 2016년 이후 일본의 한국에 대한 긍정적 인상은 29.1%→26.9%→22.9%→20%로 점차 하락하였다. 한국의 일본에 대한 긍정적 인상은 2015년부터 15.7%→21.3%→26.8%→28.3%→31.7%로 증가하였다. 2017년 이전까지는 일본인의 한국에 대한 인상이 한국보다 긍정적이었으나, 2017년 이후부터는 한국의 일본에 대한 긍정적 인상이 높아졌고, 부정적인 인상은 한일 양국 모두

5) 동아시아연구원(2013-2019) 「한일상호인식조사 데이터」 <http://eai.or.kr/new/ko/etc/data.asp> (검색일: 2020.08.01.)

2019년 5월 49.9%로 응답자의 약 절반이 상대국에 대한 부정적인 인식을 갖고 있는 것으로 나타났다.



*출처: 동아시아연구원(2014-2019)

<그림 2> 일본에 대한 긍정적 인상(2014-2019)

2019년 5월 조사까지 한국인의 일본에 대한 긍정적 인상이 높아지는 추세가 나타난 것은 19-29세와 30-39세의 긍정적인 평가가 높게 나타나 전체 평균을 끌어올렸기 때문이다. ‘좋은 인상’과 ‘대체로 좋은 인상’을 합친 긍정적인 호감도는 19-29세에서 42%, 30-39세에서 36.7%를 보여준 반면, 50-59세 31%, 60세 이상 26%로 연령 간 호감도에서 큰 격차가 나타났다(<그림 2> 참조).⁶⁾

20-30대의 청년세대는 밀레니얼(Millennials)과 Z세대로 구성된 ‘MZ세대’로 불린다. MZ세대란 1980년대 초부터 짧게는 1990년대 중반, 길게는 2000년대 초반에 출생한 밀레니얼 세대와 1990년대 중반부터 2000년대 초반에 출생한 Z세대를 통칭하는 표현이다.⁷⁾ MZ세대의 가치관과 선호도는 집단보다는 개인의

6) 일본의 경우, 19-29세에서 27%, 30-39세에서 28%인 반면, 50-59세 19%로 연령이 증가할수록 점차 감소하여 60세 이상 층에서는 13%가 좋은 인상을 가지고 있다고 응답했다. 한일 양국 모두 19-39 세대가 다른 세대에 비해 상대국에 대해 좀 더 긍정적인 인상을 가지고 있음을 확인할 수 있다.

7) 통칭 MZ세대의 주요 특징으로는 1) 디지털 환경에 익숙하며, 특히 Z세대는 디지털 기기를 원어민처럼 자유자재로 활용하는 디지털 네이티브(Digital Native)이다. 2) 다양한 삶을 만나는 것을 추구한다(다만추), 3) 자신의 취향, 신념, 소신을 표출하는 일명 ‘미닝아웃(Meaning Out)’을 한다. 4) 일과 삶의 균형(워라벨)을 중시하며, 소비에 있어서도 최적의 만족을 위해 밸런스를 중시여기는 ‘밸런스익션’을 추구한다. 5) ‘나’를 중심으로 세계를 바라보며 자신의 만족을 우선으로 고려한다(Mysider). 평소에는 돈을 절약하다가도 자신을 위해 과감하게 소비하는 ‘플렉스(Flex)’ 행위를 통해 자신의 성공과 부를 과시하

행복을, 소유보다는 공유를, 상품보다는 경험을 중시하며 균형을 추구하고, 자신의 신념을 표출하는 것을 중시하는 것으로 요약할 수 있다.

그렇다면 왜 MZ세대에 주목해야 하는가? MZ세대는 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 SNS를 기반으로 정보를 수집하는 주요 소비주체이자 정치적 영향력을 가진 한국 사회의 중추집단으로 성장하고 있다. 일본과 한일관계를 바라보는 MZ세대의 특징은 이전 세대와 구별되면서도 전체 평균에 영향을 미쳐 한국인의 일본관의 변화를 이끌어가고 있다는 점에서 주목할 필요가 있다.

MZ세대의 일본에 대한 긍정적인 인식은 일본이라는 나라의 국가정체성에 대한 질문에서도 확인된다. “일본 정치와 사회의 운영방식은 어떻게 되어있다고 생각하십니까?”라는 질문에 대해 선택지로는 군국주의, 평화주의, 국가주의, 민족주의, 민주주의, 국제협조주의, 자본주의, 자유주의, 대국주의, 패권주의, 사회주의, 기타가 제시되었다.

2013년부터 2019년까지 매년도 설문조사의 응답 결과, 전반적으로 일본을 ‘군국주의’로 보는 의견이 가장 높게 나타났다. 2019년 기준으로 ‘군국주의(49.1%), 민족주의(37.6%), 자본주의(33.2%), 국가주의(31.3%), 패권주의(30.1%), 대국주의(25.2%), 민주주의(24.1%), 자유주의(11%), 평화주의(8.6%), 국제협조주의(7.8%), 사회주의(6.7%)’ 순으로 나타났다.

그런데 응답 순위를 살펴보면, 세대별로 다소 상이한 인식이 나타난다. 2019년 조사결과를 연령별로 자세히 살펴보면, 19-29세는 민족주의(40.2%)–국가주의(37.4%)–자본주의(35.6%)–군국주의(34.5%) 순으로, 30-39세는 군국주의(49.1%)–민족주의(37.9%)–패권주의(31.4%)–자본주의(29%) 순으로 나타났다. 19-29세와 30-39세가 다르게 나타나고 있음을 알 수 있다. 40-49세는 군국주의(56.6%)가 압도적인 응답을 보였고, 자본주의(37.4%)–민족주의(31.8%)–국가주의, 패권주의(28.8%) 순으로 나타났다. 50-59세는 군국주의(54.5%)–민족주의(43%)–자본주의(36.5%)–패권주의(30.5%)–국가주의(30%)로 나타났다. 60세 이상은 군국주의(49.1%)–민족주의(36%)–국가주의(33.3%)–패권주의(32.6%)–자본주의(28.8%)로 나타났다. 특히 19세-29세에서 일본이라는 국가를 군국주의나 패권주의로 인식하는 비율은 전체 평균보다 낮았고, 민족주의, 국가주의, 자본주의의

기도 한다. 김난도의/서울대소비트렌드센터(2018) 『트렌드 코리아 2018』 미래의 창, pp.403-424.; 대학내일20대연구소(2018) 『트렌드 MZ 2019』 한빛비즈, pp.18-338.; 대학내일20대연구소(2020) 『밀레니얼-Z세대 트렌드 2020』 위즈덤하우스, pp.5-356.

경우 평균보다 높은 비율로 나타나고 있다(<그림 3> 참조).



*출처: 동아시아연구원(2019.5) 한일상호인식조사
 <그림 3> 일본의 정치 사회의 운영방식 (2019 연령별 비교, %)

정리하면, 2019년 7월 이전까지 7년간 일본에 대한 인식을 살펴보면, MZ세대는 세대 전체 평균과 비교해볼 때 일본을 다소 긍정적으로 바라보는 경향이 나타나며 특히 19-29세의 경우 좀 더 우호적으로 평가하였다. 그렇다면 MZ세대의 기존 세대보다 우호적인 일본인식은 어디에서 나타나는가?

4.2. MZ세대의 특징과 일본관의 변화

‘나’라는 자기중심적 사고에 기반하여 타자를 바라보는 MZ세대는 일본을 바라보는 인식이 이전 세대와는 다소 상이한 부분이 있다. ‘나’를 중심으로 한국을 인식하고 일본과의 관계를 설정하면서 한국은 ‘식민지’ 객체가 아닌 주체로서의 한국으로 자리한다. 한일관계 역시 기존의 위상과는 다르게 위치지어진다.



*출처: 동아시아연구원(2019.10) 일본인식조사

<그림 4> 일본에 대해 좋은 인상을 갖는 이유(1+2순위)

2019년 10월 한일관계가 악화된 이후에 실시된 일본 인식 조사에서 일본에 대해 호감을 갖게 하는 요인으로서는 전체 평균의 경우 친절하고 성실한 국민성(56.2%), 생활수준이 높은 선진국(29.3%), 일본의 매력적인 식문화와 쇼핑(28.3%) 순으로 나타났다. 19-29의 경우 문화에 대한 관심사가 매우 높게 나타남을 확인할 수 있다. 일본 문화에 관심이 있어서와 일본의 매력적인 식문화와 쇼핑 때문에 일본에 좋은 인상을 갖는 것으로 나타났다(<그림 4>). 일본여행, 일본상품 구매와 일본 문화 소비하는 자신의 취향을 드러내는 소비 대상이다. 일본이 담겨진 스토리와 이미지를 소비하고 이를 SNS를 통해 과시하기도 하며 다만추와 미닝아웃, 플렉스를 향유할 수 있었다.

그동안 한일관계는 식민-피식민 위치에 종속되어 민족주의 이데올로기에 추동되어 인식되어왔다. 일본에 대해서만큼은 ‘한국인’이라는 정체성에 기반하여 사고하게 한다는 점에서 국가는 개인을 ‘호명’해왔다.⁸⁾

MZ세대의 정체성은 자기를 중심으로 국가와의 관계를 설정하고 타자를 인

8) 알튀세르(Louis Althusser)는 『이데올로기와 이데올로기적 국가장치』에서 “이데올로기는 개인들을 주체로 호명(interpellation)한다”고 설명한다. 민족주의 이데올로기가 작동하는 양식에서 개인이 어떻게 호명되는가에 주목하여 생각해볼 수 있다. 루이 알튀세르(1991) 「이데올로기와 이데올로기적 국가장치」 『아미앵에서의 주장』 솔, pp.115-120.

식한다는 점에서 일견 민족주의 이데올로기로부터 상당히 벗어나 있는 것으로 여겨진다. 분명 2019년 이전까지 다른 세대보다 다소 우호적인 일본관은 개인으로서 내가 직접 경험하는 일본/일본인은 생각보다 친절하고, 상냥하며, 즐겁고, 자유롭게 선택하며 ‘다만추’를 누릴 수 있는 공간이었다.

소비로 자기를 표현하는 MZ세대는 일본을 소비해왔다.⁹⁾ 디지털에 친화적인 MZ세대는 SNS를 통해 가치관으로 자아를 연출하고자 하며, 소비를 통해 정치적, 사회적 메시지를 발신하고 자신을 확인하며 가치를 추구한다.

MZ세대에게 일본상품 불매운동은 소비로 자신을 표현하는 주체가 ‘소비하지 않음’을 선택한 것을 의미한다. 일본 역시 소비하는 대상이었고, 2019년 일본상품 불매운동은 일본 소비에 제동이 걸린 것으로 불매운동에 참여하는 MZ세대가 일본을 소비하는 대신 불매운동을 SNS에 홍보하고 자신의 소신과 신념을 소통하는 장으로 활용한다. 일본에 여행을 가거나 일본 맥주를 마시면 주변으로부터 비난받을 수 있다는 점을 의식하기도 하고, 일본의 부당한 조치에 저항한다는 신념이 반영된 미닝아웃 소비가 작동하게 된다.¹⁰⁾

불매운동을 지지하는 이유로 일본의 조치가 ‘부당’하기 때문에 이에 대응하는 정당한 조치라고 생각한다는 답변이 높았다. 반대로 불매운동을 지지하지 않는 이유도 불매운동이 ‘정당하지 않음’ 때문이라는 의견이 높았다. 불매운동을 지지하든, 지지하지 않든 간에 모두 자신의 행동이 ‘정당’하다는 신념에 기반하고 있다는 점이 특징이다. 2019년 한일관계 악화 요인을 아베 총리의 부당한 조치에 대응하는 것으로 인식하고 일본 불매운동이 일본 전체에 대한 혐오로 확산되지 않도록 주의해야 한다는 의견이 나오기도 하였고, ‘반일본’이 아닌 ‘반아베’ 운동으로 전개하자는 움직임도 있었다.¹¹⁾

한편, 일본에 대해 좋지 않은 인상을 갖는 이유로는 역사 반성, 위안부 문제, 독도문제에 대한 언급이 가장 많았다. 특히 MZ세대에서 일본군‘위안부’문제에 대한 인식이 매우 높게 나타나고 있다. 또한 ‘일본 내의 혐한 정서’ 때문에 좋지 않은 인상을 갖는다는 응답이 다른 집단보다 높았다는 점도 주목할 필요가 있다.

9) 신동아(2020.03.01.) 「소비로 자기 표현하는 MZ세대」

<https://shindonga.donga.com/3/all/13/1990682/1> (검색일: 2020.08.10.)

10) 동아시아연구원(2019.10.) 「국민 인식조사 발표」

11) MBC(2019.08.21) “일본 시민단체, “반일·반한이 아닌 ‘반아베’로 뭉쳐야””

https://imnews.imbc.com/news/2019/society/article/5459785_29136.html (검색일: 2020.08.10.)

또한 2019년 10월 일본인식조사에서 한일관계 개선이 필요하지 않은 이유에 대해서는 전반적으로 ‘과거사를 반성하지 않는다’(40.2%) 이상으로 선택된 것이 ‘일본이 한국과의 관계 회복을 위해 노력하지 않기 때문에’(43.7%)로 나타났다. 한국과 일본의 인식은 일방적으로 규정되는 것이 아니라 상호 간의 영향을 미치며 구성되는 것임을 다시 한번 확인할 수 있다.

일본은 한국인이 일본을 싫어하기 때문에 한국이 싫고, 한국인은 일본인이 한국을 싫어하기 때문에 일본이 싫다는 것이다. 반일과 혐한이 상호 증폭되며 상대방에 대한 부정적인 인식을 형성하는 ‘상호 혐오의 악순환’에 주의해야 한다.

MZ세대의 특징을 통해 일본상품 불매운동을 들여다보면, 반일을 국가 대 국가 전체의 태도로 보기보다는 아베 총리의 부당한 행위에 대한 개인의 정당한 행동으로 인식하고, 다른 일본인들과 구별하여 정부와 민간의 구별을 시도하였다는 점에서도 이전의 애국과 반일만을 강조했던 과거와는 사뭇 다른 양상을 보여준다. 아베 총리와 다른 일본인을 분리하고, 국민이 아닌 소비자 개인의 권리로 보이콧을 선택하고, 동시에 보이콧이 일본인 혐오로 치달지 않도록 관리하며 보이콧이 왜 정당한지 또는 왜 정당하지 않은지 다양한 의미들을 고민한다는 점에서 보다 복잡한 메커니즘이 작동하고 있다.

5. 결론

본 연구는 한일관계의 문화적 측면에 주목하여, 1998년 김대중-오부치 공동선언 이후 가능해진 일본 대중문화 개방정책 이후 한일 문화교류를 다양하게 경험한 젊은 층의 일본 인식이 이전 세대와 다르게 형성되었고, 일본에 대한 긍정적 인식을 이끌어오고 있음을 확인하였다. 2020년 현재 청년세대를 구성하고 있는 MZ세대는 소비의 주체로서 자신을 인식하고 표출하는 데 능숙하다. ‘나’를 중심으로 세상을 바라보고, 소비자로서의 선택의 차원에서 일본을 바라보고, 디지털 기술을 활용하여 소통하고 가치관에 기반한 정치, 경제, 사회적 아이덴티티를 복합적으로 구성해나간다. 1998년부터 현재까지의 한일 문화교류의 특징을 살펴보면 반일과 혐한의 상호 적대적 정체성을 바탕으로 한 역사문제와 정치 갈등의 영향을 받으면서도, 문화 분야의 지속적인 교류를 통해 악영향으로부터의 회복력도 강화되어왔다고 평가할 수 있다.

역사문제와 정치적 갈등은 분명 문화교류에도 영향을 미친다. 2001년 역사교과서문제, 2005년 야스쿠니신사참배 문제, 2012년 독도 문제, 2015년 일본군‘위안부’합의, 2018년 강제동원 노동자에 대한 한국 대법원판결, 2019년 일본의 수출규제와 일본상품 불매운동은 문화교류에도 악영향을 미쳤다. 반면, 1998년 김대중-오부치공동선언은 정치적 결단이 문화교류와 한일관계의 인식 변화에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 보여주었다. 이후 양국 간 문화를 향유하는 사람들의 선택은 한국과 일본이라는 국적성에서 다소 벗어나는 흐름도 꾸준히 강화되어왔다. 드라마나 영화의 스토리에 공감하고 음악과 캐릭터를 소비하는 등 콘텐츠 자체에 매력을 느끼고 소비하는 단계로 변화해왔다.

2018년 화해치유재단의 해산과 강제동원 노동자에 대한 대법원 판결로 역사문제를 둘러싼 한일 갈등이 BTS나 트와이스의 방송출연을 취소하는 방향으로 나타나기도 하였지만, 그러한 논란이 한일 간 역사문제를 바라보는 시각을 재인식하는 계기를 만들고, 결국 좋아하는 뮤지션, 좋아하는 음악, 좋아하는 문화소비를 향유하는 데에는 큰 영향을 미치지 않는 결과로 나타났다. 갈등요인으로부터 영향을 받고 이전상태로 되돌아오는 회복력이 더욱 강화되어왔다.

전후 75년이 지났지만 한일 간 역사문제는 여전히 갈등요인으로 남아 정치갈등과 문화 교류에 영향을 미치고 있다. 가능한 역사문제를 분리하며 한일협력을 유지 발전시켜나가기려는 노력들이 제기되고 있다. 그러나 보다 근본적인 해결은 진정한 화해를 바탕으로 한 선순환적인 역사-문화-정치의 전면적인 협력단계로의 구축이다. 역사문제가 한일관계에 악영향을 미치는 것을 막기 위한 분리적 접근은 단기적으로는 유용할 수 있다. 그러나, 중장기적으로 볼 때 한일관계는 역사 문제로부터 사실상 분리될 수 없으며, 상호 교류를 통해 탈식민, 탈민족적 시각에서 일본을 바라보며 한일 간 역사문제를 다시 바라보고 이슈 간 연계를 통해 화해로 가는 선순환적 연계가 나타날 수 있도록 문화의 기능과 역할을 적극 활용할 필요가 있다.

지난 20여년 간 한일 문화교류는 양국 젊은이들의 상호인식을 조금씩 변화시켜왔다. 식민주의와 민족주의가 결합했던 시기에서 점차 탈식민주의와 민족주의가 결합한 단계를 거쳐 탈식민주의와 탈민족주의가 결합하는 공간으로 나아가갈 가능성을 내포하고 있다. 문화교류가 기존의 반일-협탄으로 표출되었던 상호 적대적 정체성을 극복할 수 있는 혼성화된 제3의 영역을 제공함으로써 한일 화해와 협력에 기여할 수 있는 방향으로 나아가기를 기대한다.

【참고문헌】

- 김난도외/서울대소비트렌드센터(2018) 『트렌드 코리아 2018』 미래의 창, pp.403-424.
- 김성민(2017) 『일본을 금하다 - 경제와 욕망의 한국 대중문화사 1945-2004』 글항아리, pp.12-236.
- 남기정(2017) 「한일관계에서 역사 문제와 안보의 연동 메커니즘: 투트랙 접근의 조건과 과제」 『일본 연구논총』 45, 현대일본학회, pp.123-152. (DOI: <http://dx.doi.org/10.35368/kjjs.2017.45.005>)
- 대학내일20대연구소(2018) 『트렌드 MZ 2019』 한빛비즈, pp.18-338.
- 대학내일20대연구소(2020) 『밀레니얼-Z세대 트렌드 2020』 위즈덤하우스, pp.5-356.
- 루이 알튀세르(1991) 「이데올로기와 이데올로기적 국가장치」 『아미앵에서의 주장』 솔, pp.115-120.
- 문화체육관광부(2017a) 『방송영상산업백서』 문화체육관광부/한국콘텐츠진흥원.
- 문화체육관광부(2017b) 『애니메이션 산업백서』 문화체육관광부/한국콘텐츠진흥원.
- 박영득, 이재묵(2016) 「세대에 따른 통일과 대북인식 차이 분석: 코호트 분석을 중심으로」 『글로벌정치연구』 9권 2호, 글로벌정치연구소, pp.31-67. (UCI(KEPA): I410-ECN-0102-2018-300-000505366)
- 이성환(2015) 「일본 대중문화의 유입과 한일관계」 『일본문화연구』 53, 동아시아일본학회, pp.273-294. (DOI: <http://dx.doi.org/10.18075/jcs..53.201501.273>)
- 이원택(2014) 「한일관계와 역사마찰: 김영삼 정권의 대일 역사외교를 중심으로」 『일본연구논총』 40, 현대일본학회, pp.241-268. (DOI: <http://dx.doi.org/10.35368/kjjs.2014.40.009>)
- 이지원(2015) 「한일 문화교류와 "반일"논리의 변화: "왜색문화" 비판 언설의 궤적」 『한국과 국제정치』 31(1), 극동문제연구소, pp.119-150. (DOI: <http://dx.doi.org/10.17331/kwp.2015.31.1.005>)
- 전재호(2019) 「한국의 반일(反日) 민족주의 연구: 담론의 변화와 특징」 『한국과 국제정치』 35(2), 극동문제연구소, pp.113-147. (DOI: <http://dx.doi.org/10.17331/kwp.2019.35.2.004>)
- 정수영(2009) 「열성 한류 팬을 통해 본 한류의 의미 및 한일관계 전망」 『미디어, 젠더&문화』 제11호, 한국어여성커뮤니케이션학회, pp.75-122. (UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2009-337-018309625)
- 천정환(2007) 「2002년 이후의 한일 문화교류와 민족주의의 행로」 『공간과 사회』 28호, 한국공간환경학회, pp.122-151.
- 한영균(2013) 「일본 내 '혐한류'현상의 실체」 『일본문화연구』 48, 동아시아일본학회, pp.433-456. (UCI(KEPA): I410-ECN-0101-2014-910-002691838)
- 호미 바바(2005) 『문화의 위치』 나병철 역, 소명출판, p.93.
- Ien Ang, Yudhishtir Raj Isar & Phillip Mar(2015) "Cultural diplomacy: beyond the national interest?", *International Journal of Cultural Policy* 21:4, pp.365-381. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2015.1042474>)
- Iwabuchi, Koichi(2015) "Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of 'international cultural exchange'", *International Journal of Cultural Policy* 21:4, pp.419-432. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2015.1042469>)
- Kang, Hyungseok(2015) "Contemporary cultural diplomacy in South Korea: explicit and implicit approaches", *International Journal of Cultural Policy* 21:4, pp. 433-447. (DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2015.1042473>)
- 동아시아연구원(2013-2019) 「한일상호인식조사 데이터」 (<http://eai.or.kr/new/ko/etc/data.asp>. 검색일: 2020.08.01.)

- 동아시아연구원(2019) 「국민 인식조사 발표」 EAI여론조사데이터. (http://eai.or.kr/new/ko/etc/data_view.asp?intSeq=19819&board=kor_poll&keyword_option=&keyword=&more=. 검색일: 2020.08.01.)
- 동아시아연구원(2020) 「2020년 한국인의 정체성 조사 결과 발표」 EAI여론조사데이터. (http://eai.or.kr/new/ko/etc/data_view.asp?intSeq=19858&board=kor_poll&keyword_option=&keyword=&more=. 검색일: 2020.08.01.)
- 신동아(2020.03.01.) 「소비로 자기 표현하는 MZ세대」 (<https://shindonga.donga.com/3/all/13/1990682/1>. 검색일: 2020.08.10.)
- 연합뉴스(2018) 「방탄소년단, 日 오리콘 연간 랭킹 '해외 앨범' '앨범' '아티스트 세일즈' 모두 해외 아티스트 최고 순위」 (<http://news.wowtv.co.kr/NewsCenter/News/Read?articleId=A201812200263&t=NN>. 검색일: 2020.08.10.)
- 오승희(2020) 「한일관계 세대분석 1_한일관계: '나'중심적 대외관, '소비'하는 일본, 반일보다 '공정」 EAI 워킹페이퍼 (http://www.eai.or.kr/new/ko/pub/view.asp?intSeq=19898&board=kor_workingpaper&keyword_option=&keyword=&more=. 검색일: 2020.08.10.)
- 외교부(2015) 「일본개황」 (http://www.mofa.go.kr/www/brd/m_4099/view.do?seq=358049. 검색일: 2019.12.10.)
- 우경임(2020.06.29.) 「MZ세대의 불매운동」 동아일보. (<https://www.donga.com/news/article/all/20200629/101724412/1>. 검색일: 2020.08.10.)
- 한겨레(2019) 「독립운동은 못했어도 불매운동은 한다」...광화문 밝힌 '10만 촛불」 (http://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/905932.html. 검색일: 2020.06.01.)
- BTS 공식트위터(2020) (https://twitter.com/bts_bighit. 검색일: 2020.08.10.)
- IZ*ONE 홈페이지(2020) (<http://iz-one.co.kr>. 검색일: 2020.08.10.)
- KOFICE(한국국제문화교류진흥원)(2018) 「조사연구자료」 http://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_01_list.asp (검색일: 2020.08.10.)
- MBC(2019.08.21.) 「일본 시민단체, "반일·반한이 아닌 '반아베'로 뭉쳐야」 https://imnews.imbc.com/news/2019/society/article/5459785_29136.html (검색일: 2020.08.10.)
- Mnet(2018) 「PRODUCE 48」 (<http://produce48.mnet.com/pc/main>. 검색일: 2020.08.10.)
- NIZIU(2020) 「JYP Artist」 (<https://niziu.com/s/n123/?ima=5416>. 검색일: 2020.08.10.)
- 児玉克哉(2012.09.26) 「日中・日韓関係が悪化するときほど、文化交流が必要!」 (<https://news.yahoo.co.jp/byline/kodamakatsuya/20120926-00021867/>. 검색일: 2020.08.10.)
- 日本内閣府(2020) 「外交に関する世論調査」 (<https://survey.gov-online.go.jp>. 검색일: 2020.08.10.)
- N P O 法人日韓文化交流会 (<https://www.japankorea.org/>. 검색일: 2020.08.10.)
- ORICON NEWS(2020) 「アルバムランキング」 (<https://www.oricon.co.jp/rank/> 검색일: 2020.08.10.)
- WOW KOREA(2017.02.11.) “ 「君の名は。」 新海監督、日韓関係を語る 「映画で文化交流したい」 ”. (<http://www.wowkorea.jp/news/enter/2017/0211/10183611.html>. 검색일: 2020.08.10.)
- Benjamin, Jeff(2018) “More Than a T-Shirt: BTS’ Canceled Appearance Underlines Japan & Korea’s Awkward K-Pop Relationship.” Billboard(<https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/8484226/bts-t-shirt-issue-japan-korea-kpop-history> 검색일: 2020.08.10.)

논문 투고 일자 : 2020. 08. 31. 논문 심사 일자 : 2020. 10. 26. 게재 확정 일자 : 2020. 10. 28.
--

<要旨>

韓国若者の日本に対する認識変化とその文化的要因
— 「相互嫌悪の悪循環」を超えて —

吳承禧

本研究は、韓日関係の文化的側面に注目し、1998年の金大中-小渕パートナーシップ宣言以降に可能となった日本大衆文化開放政策において、韓日文化交流を多様に経験した韓国の若者の日本認識が前世代と違い、日本に対する肯定的な認識を導いてきたことを確認した。2020年現在、青年世代を構成しているMZ世代は消費の主体として自分自身を認識して表わすことに長けている。「私」を中心に世界を見ることで、消費者として日本を選択し、デジタル技術を活用したコミュニケーションを通じ、価値観に基づいた政治、経済、社会的複合アイデンティティを構成していく。1998年から現在までの韓日文化交流の特徴を見ると、反日と嫌韓の相反的アイデンティティを土台にした歴史問題と政治影響力を受けながらも、文化分野の交流を続けることで悪影響からの回復力を強化してきたと評価することができる。

Analyzing the Cultural Factors of Young Koreans' Perception toward Japan
— Beyond the “Vicious Cycle of Mutual Hate”—

Oh, Seunghee

This study focuses on the cultural aspect of relations between Korea and Japan, recognizing that the young people's perception of Japan has changed when compared to that of previous generations. After the 1998 Kim-Obuchi Joint Declaration, Koreans were able to enjoy Japanese pop culture. Unlike previous generations, Korean younger generations have contributed to the positive recognition of Japan. As of 2020, the MZ generation, which makes up the youth generation in 2020, is good at recognizing and expressing themselves as consumers. This generation looks at the world centered on “I,” consuming Japan and utilizing digital technology to communicate, and constructing hybrid identities based on values. Despite being affected by historical conflicts and political influence based on the mutually hostile identities of anti-Japan and anti-Korea sentiments, it can be said that the resilience moving from conflict to cooperation has been strengthened based on the cultural exchanges and individual experiences.