

21세기 동북아시아의 문화융합과 문화적 취향의 공유: 〈꽃보다 남자〉의 유행 현상을 중심으로*

김 종 수
(경희대학교)

❖ 국문초록

이 논문은 21세기 한국과 중국, 일본, 대만에서 제작, 유행한 TV 드라마 <꽃보다 남자>를 연구대상으로 하여 동북아시아의 문화융합을 살펴보고 이 지역 대중이 공유하는 문화적 취향을 귀납하였다. 일본 만화를 원작으로 한 4개국의 <꽃보다 남자>는 원작이 지니고 있는 기본적인 서사구성을 토대로 캐릭터의 설정과 서사공간의 혼합, 소비주의적 욕망의 재현에서 각국의 사회적이고 문화적인 특수성을 재현하였다. 이를 통해 수용자들은 동북아시아 각국의 사회문화적 환경이 자연스럽게 혼성적으로 결합된 서사를 접하게 되는 것이다.

한편 로맨스 플롯을 기본으로 전개되는 TV 드라마 <꽃보다 남자>는 원작인 만화에서 가능했던 구성적 특질이 매체변환 과정에서도 드러나고 있다. 특히 전통적인 성관념에서 탈피한 남성 캐릭터의 설정과 독립적인 여성 캐릭터의 재현을 통해 미래의 역할 모델을 제시하는 순정만화의 상상력이 동북아시아 대중들에게 공유되고 있다. <꽃보다 남자>의 주 수용자 계층인 10-20대 초반 젊은 여성들의 이해에 기반한 감수성과 취향이 21세기 동북아시아에서 공유되고 유행한다는 점은 “소녀”의 부상이라는 점에서 주목을 요한다. 부르주아 가족 구조를 단위로 하는 현대 자본주의 체제에서 엄격한 보호와 구속의 대상이었던 소녀는 21세기 동북아시아 대중문화콘텐츠 산업에

* 본 논문은 포스코청암재단 아시아인문사회연구지원사업으로 수행하였음.

서 중심 소비자로서 자리를 확고히 했음을 보여주기 때문이다.

주제어 : <꽃보다 남자>, 동북아시아, 문화융합, 문화적 취향, 소녀

1. 서론

본고는 대표적인 한류 콘텐츠로도 널리 알려졌으며 동북아시아 각국에서도 제작, 유행한 TV 드라마 <꽃보다 남자>를 연구대상으로 하여 동북아시아 대중이 공유하는 문화적 취향을 규명하는 것을 목적으로 한다.

동북아시아의 한국과 중국, 일본, 대만은 20세기 전반기 제국주의의 영향으로 현재까지 해소되지 않는 역사문제와 영토분쟁으로 갈등하고 있다. 그러나 21세기에 진입하여 동북아시아 각국 간의 인적·물적 교류는 역사상 가장 활발하다. 특히 1990년대 후반부터 대중문화산업을 중심으로 전개된 동북아시아 각국 간의 문화교류는 문화콘텐츠를 상호 공유, 변용하며 동북아시아의 새로운 문화적 트렌드를 형성하고 있다. 이러한 현상을 학문적으로도 분석, 규명하려는 노력이 1990년대 후반부터 전개되어온 것은 이 지역의 정치, 경제, 사회문화적 의의가 중요하기 때문일 것이다. 특히 한류의 세계적 유행현상에 힘입어 동북아시아 대중문화의 교류에 관한 연구가 최근 들어 활발하게 전개되고 있다. 이와 관련한 그동안 연구사를 일별해 보면 다음과 같다.

우선 1990년대 이후 동북아시아의 급속한 경제 성장에 맞춰 미디어를 중심으로 한 문화산업의 교류 과정을 문화적 근접성의 차원으로 접근한 연구들이 있다. 주로 동북아시아의 드라마에 재현된 유교문화적 전통을 강조¹⁾하고 있는데, 이들의 논의는 전통지향적인 불변의 문화적 가치로 정의되는 문화적 근접성에 주목하고 있다는 점이 한계라고 하겠다. 동아시아의 유교문화적 동질성에 대한 주장이 일면 타당한 것이지만, 역사적 흐름과 지역적 관계의 특수성에 따라 역동적이고 복합적이며 변화가능한 상황을 고려한 접근이 필요

1) 유세경·이경숙, 「동북아시아 3국의 텔레비전 드라마에 나타난 문화적 근접성」, 『한국언론학보』 45권 3호, 2001.; 허진, 「중국의 한류 현상과 한국 TV드라마 수용에 관한 연구」, 『한국방송학보』 16권 1호, 2002.

하기 때문이다. 한국 트렌디 드라마의 유통으로 형성되는 문화적 취향과 감수성의 권력관계를 추적한 논문²⁾은 이 같은 한계를 극복하고자 하였으나, 수용대중의 심리분석이 없었다는 점에서 문제가 있다. 인접성에 기반한 특정 지역권 대중의 문화적 취향의 공유는 그 기저에 자리하고 있는 대중의 이해관계와 욕망에 관한 분석과 연결됨으로써 문화취향의 공시적 의미를 파악할 수 있을 것이다. 특히 동북아시아 대중들 사이에서 형성된 공통된 문화적 취향이 21세기 경제적, 사회적 동향과 밀접한 연관성을 가지고 있음을 따져보는 일은 21세기 동북아시아의 내러티브의 특성을 입체적으로 파악하는 데 필수적이라 하겠다.

한편 한류콘텐츠에 관한 연구 역시 성찰적 접근을 필요로 한다. 1990년대 후반부터 중국을 중심으로 전개된 “한류”현상에 관한 연구는 크게 한류수용국가에서의 인기요인 분석과 한류상품의 지속적인 수출전략 제안으로 나누어진다. 중국 미디어시장의 확장과 한류소비의 상관성에 관한 연구³⁾처럼 한류를 수용하는 동북아시아 국가의 경제, 사회문화적 상황을 분석한 경우뿐만 아니라 일본 및 대만에서 전개되고 있는 한류 열풍의 냉정한 분석⁴⁾은 한류에 관한 성찰적 접근으로서 주목을 요한다. 그런데 한류문화유통에 관한 연구들은 대체로 산업론적인 차원에서 이루어졌다. 한류를 문화상품의 수출시장 확대의 계기로 접근하며 동아시아를 새로운 수출시장으로 상정하고 한국문화상품 콘텐츠의 개발과 수출지원 정책 수립 등 다각적인 수출전략을 제안하였다⁵⁾. 특히 한류의 문화상품적 가치를 종합적으로 논의한 연구⁶⁾와 같은 경우

2) 양은경, 「동아시아의 트렌디 드라마 유통에 대한 문화적 근접성 연구」, 『방송연구』, 2003, 여름호.

3) 루하이보, 「중국에서의 ‘한류’:현황과 미래」, 『영상예술연구』 10호, 2007; 백지운, 「동아시아에서 한류 소비에 나타난 ‘아시아 노스텔지어’-일본과 중국의 사례를 중심으로」, 『중국어문학』 47, 2006; 한홍식, 「‘한류’현상으로 본 중국에서의 한국 대중문화 수용」, 『국제지역연구』 9권 1호, 2005.

4) 김현미, 「대만 속의 한국 대중문화-문화번역과 혼성화의 문제를 중심으로」, 『한류와 아시아의 대중문화』, 연세대 출판부, 2003.; 이와부치 코이치, 「일본 대중문화의 이용 가치」, 『한류와 아시아의 대중문화』, 연세대출판부, 2003.

5) 이와 관련된 연구로는 박재복, 『한류, 글로벌 시대의 문화 경쟁력』, 삼성경제연구소, 2005가 대표적이다.

6) 고정민 외, 『한류, 아시아를 넘어 세계로』, 한국문화산업교류재단, 2009.

는 2000년대 후반 한국 문화콘텐츠의 수출전략을 집대성하여 한류의 상품적 가치를 극대화하려는 의도를 보였다. 그러나 이러한 관점은 문화적 흐름을 단지 상품무역이라는 측면에서 접근함으로써 동아시아 지역내에서 일어나고 있는 한류의 풍부한 함의를 파악하기 힘들다. 경제적 조건에 대한 고려는 충분히 이루어져야 하지만 역사적으로 특정한 문화콘텐츠가 문화실천 과정에서 수용되는 양상을 이해하기 위해서는 한류의 초국적인 문화융합 성격에 주목할 필요가 있다. 동북아시아의 지역적, 문화적 혼용과 상호작용에 관한 조망은 증대하고 있는 이 지역의 문화교류 규모를 염두에 둔다면 더욱 필요하다. 동북아시아에서 특정 국가의 배타적인 문화 지배가 아니라 각국의 문화융합을 근거로 형성되는 한류는 문화적 소통의 중요한 매개가 될 것이다.

본 연구의 대상인 <꽃보다 남자>에 관한 연구사도 다채롭게 전개되었다. 일본에서 시작된 원작만화의 유행 이후 대만을 시작으로 일본, 한국, 중국에서 드라마화된 <꽃보다 남자>에 관한 연구는 매체변환 과정에 주목한 경우와 드라마 제작 과정을 포함한 국가별 특징 비교 연구로 구분된다. 만화원작과 달리 리메이크 과정에서 한국문화의 변용이 어떻게 반영되었는지를 논구한 연구⁷⁾는 일본과 한국의 작품, 또는 한국과 중국의 작품 비교를 전개하였다. 또한 각국의 드라마 제작과정을 국가별 선호 색채와 연관하여 전개한 연구⁸⁾나 배우의 헤어와 의상 이미지를 비교한 연구⁹⁾ 등은 한국과 일본, 대만의 드라마를 대상으로 하여 연구를 수행하였고, <꽃보다 남자>의 제작과정을 상술한 연구¹⁰⁾도 제출되었다. <꽃보다 남자>에 관한 기존 연구들은 비교문화적 차원

7) 김진영, 「한국에 있어서 일류 드라마의 변용과 수용에 관한 연구」, 울산대학교석사학위논문, 2009; 윤영선, 「일본 원작 리메이크 드라마에 대한 연구-〈꽃보다 남자〉를 중심으로」, 전남대학교석사학위논문, 2010; 진소, 「만화원작드라마의 문화융합에 관한 연구」, 조선대학교석사학위논문, 2010; 앤서니 핑, 최기숙, 「TV드라마에서의 감성: <꽃보다 남자>의 한중비교를 중심으로」, 『동방학지』 161, 2013.

8) 원혜정, 「국가별 선호 색채와 TV세트디자인 색채의 상호관계성 연구」, 홍익대학교석사학위논문, 2009.

9) 김혜진, 「드라마 꽃보다 남자의 헤어와 의상에 표현된 이미지 비교분석」, 숙명여대석사학위논문, 2010.

10) 전기상, 「한국 TV드라마의 글로벌화를 위한 제언-본인 연출작 <꽃보다 남자>를 중심으로」, 중앙대학교석사학위논문, 2012.

에서 그 의의를 가질 뿐만 아니라 “동북아시아”라는 지역적 요소의 융합과 공통된 문화적 취향에 관한 암묵적인 전제를 나름대로 가지고 있었다. 본고는 이러한 선행 연구들의 문제의식을 계승하여 본격적인 논의를 전개하려고 한다. 동북아시아를 주축으로 한 성공적인 글로벌 콘텐츠이며, 원작을 구심점으로 범아시아적 팬덤을 보유한 콘텐츠인 <꽃보다 남자>의 유행현상을 분석하며 동북아시아의 공통된 문화적 취향이 무엇인지를 귀납해 보려고 한다.

21세기 초에 동북아시아 대중들에게 큰 인기를 얻은 <꽃보다 남자>는 동북아시아 문화융합 현상을 반영하고 동북아시아 대중의 공통된 문화취향을 탐색할 수 있는 좋은 예이다. <꽃보다 남자>의 원작 일본만화인 <花より男子 Hana Yori Dango>는 카미오 요코의 작품인데 일본의 대표적인 잡지인 『마가렛』에서 1992년 10월부터 2004년까지 연재되면서 6000만부의 판매고를 올린 히트작이다. 한국에서도 1997년 정식으로 출간되어 큰 인기를 얻었을 뿐만 아니라 아시아 다른 나라에서도 번역·출판되며 인기를 얻었다. 원작만화의 아시아 유행 현상에 힘입어 대만에서 처음으로 드라마로 각색된 것은 2001년이였다. <流星花園>이라는 제목으로 제작된 이 드라마는 아시아 지역 16개국에서 널리 방영되었고 특히 동아시아 젊은층의 열렬한 지지를 얻으며 높은 인기를 누렸다. 그에 힘입어 2005년 일본에서도 드라마<꽃보다 남자>로 제작되었고 2009년에는 한국과 중국에서도 각각 드라마로 제작되었다. 일본, 한국, 중국에서 각각 제작된 드라마들은 해당 국가에서 동시시대 시청률 1위를 차지하며 젊은 여성들에게 큰 사랑을 받았을 뿐만 아니라 해외로 수출되어 동북아시아 국가들의 시청자들에게도 인기를 얻었다는 공통점을 가지고 있다.¹¹⁾ 이처럼 21세기 동북아시아 4개국에서 공통적으로 제작, 유행한 첫 번째 대중문화콘텐츠로서 <꽃보다 남자>는 동북아시아 대중들이 공유하는 문화적 취향을 귀납해 볼 수 있는 좋은 연구대상인 것이다. 본고는 카미오 요코의 만화 원작 『꽃보다 남자(원제:花より男子)』¹²⁾와 대만, 일본, 한국, 중국에서 각각 제작, 방영된 TV드라마¹³⁾를 연구대상으로 삼아 비교, 분석하였다.

11) 앤서니 핑, 364-367쪽. 참조

12) 神尾 葉子, <花より男子>, 1~36권, 集英社. 본고는 서울문화사에서 발행한 한국판 『꽃보다 남자』(총37권)를 자료로 삼았다.

13) 본고가 연구대상으로 삼은 자료의 상세내용은 다음과 같다. <꽃보다 남자>, KBS2,

II. 동북아시아 문화융합의 양상

문화융합은 세계화가 전개되면서 시공간적 경계가 약화되며 과거에는 배타적인 지역성만을 지녔던 각국의 문화들이 상호침투, 이식, 변형, 수용되며 융합하는 현상을 의미한다. 매스미디어를 매개로 대중문화 현상에서 등장하는 문화융합은 단일문화로의 세계동질화라는 근대적 개념이라기보다는 다양한 문화가 상호인정받고 동시에 공존하는 철학을 바탕으로 하고 있다.¹⁴⁾ 이같은 문화융합의 과정은 이원적인 양 극단의 상호작용이 발생하는 역학을 통해 이루어지는 특징을 가지고 있다. 보편적인 것과 특수적인 것, 균질적인 것과 차별적인 것, 통합적인 것과 분열적인 것, 중심화와 탈중심화라는 이원성의 역학이 작동하며 문화융합이 전개되는 것이다.¹⁵⁾ 이러한 문화융합의 역학과정을 고려하여 <꽃보다 남자>의 원작 만화가 각국의 드라마로 제작되는 과정에서 원작의 기본적인 서사에 제작 국가의 문화가 융합되는 과정을 본장에서 분석해도록 한다.

1. 캐릭터의 보편성과 특수성

<꽃보다 남자>의 주인공은 가난한 집에서 태어났지만 강한 의지를 가지고 꽃꽂이로 성장하는 인물이다. 적극적이며 독립심 강한 소녀 주인공은 각국 드라마에서도 강조되고 있다. 각국 드라마의 주인공은 이름에서도 나타나 있듯이 어떠한 상황에서도 어려움을 극복하고 성장하는 캐릭터로 설정되었다. 일본의 츠크시, 한국의 금잔디, 대만의 산차이, 중국의 추위선 등 주인공의 이름은 모두 “잡초”를 뜻하며 야생의 잡초가 그러하듯 꽃꽂이로 홀로 성장하는 캐릭터를 이름에서부터 내포하고 있는 것이다. 한국 드라마에서 금

2009.1.5.~3.31. 총25부작.<花より男子> 일본 TBS, 2005.10.21.~2005.12.16 총9부작, <花より男子 2 リターンズ> 일본 TBS, 2007.01.05.~2007.03.16 총11부작. <一起来看流星雨>, 중국 후난위성TV, 2009.08.08~2010.08.30. 총 36부작. <流星花園>, 대만 CTS, 2002.11.11~2002.12.25. 총 27부작.

14) 조대현, 「문화융합 매체로서 애니메이션 특성에 관한 연구 - <천공의 성 라퓨타>를 중심으로」, 『만화애니메이션연구』 통권 제3호, 1999, 12쪽. 참조.

15) Mel van Elteren, “Conceptualizing the Impact of US Popular Culture Globally”, *Journal of Popular Culture*. Vol.30-No.1, 1996. pp.52-60.

잔디는 “정의소녀 금잔디”로 불리고 일본 드라마에서 츠쿠시는 자신의 “잡초 파워”를 강조한다. 중국 드라마에서 추위선은 걸인행세하며 얻은 돈으로 술 마시는 자들을 응징하는 작품 초반의 장면을 통해 정의로운 인물임을 표방한다. 이렇게 독립심이 강하고 정의로운 인물로 설정된 여주인공이지만 각국의 정서를 반영한 여주인공의 특수한 면모들이 들어난다. 한국의 금잔디는 명랑하고 역척스러운 이미지를 가지고 있으면서도 감상적인 여성의 모습으로 자주 재현¹⁶⁾된다. 대만의 산차이는 드라마의 서사에서 독백 나레이션을 통해 자신의 내면을 표출한다. 여주인공이 자립심 강한 행동을 전개하면서도 그 이면에서 자신의 내면세계를 드러냄으로써 여성적인 성격을 구축하는 것이다. 이와 같은 여주인공의 심리와 성격은 중심 수용자층인 젊은 여성들의 심리를 반영하고 있다.

<꽃보다 남자>의 여주인공이 젊은 여성의 심리와 욕망을 반영하고 있는 것처럼 이 드라마에 등장하는 남자 캐릭터들도 젊은 여성의 기대를 충족한다. 마초가 만연한 남성 세계에 대한 여성들의 능동적인 자기 세계의 표현이 반영된 것으로 볼 수 있는데, 세칭 “꽃미남”이라고 불리는 미소년들에 주목하는 현상에서 이러한 시각을 찾아볼 수 있다. 부잣집 도련님인 F4가 여성들을 쾌락의 대상으로 삼고 있는 것 같지만 그 양상은 많이 다르다. <꽃보다 남자>에 등장하는 F4는 처음엔 매우 폭력적이고 마초적인 듯 보이지만 각국 드라마에서 등장하는 그들의 언행을 고려한다면 전혀 마초적이지 않다. <꽃보다 남자>에 등장하는 꽃미남 4총사는 기본적으로 여주인공의 성격을 부러워하고 여주인공을 위협에서 여러차례 구출해주며 여주인공의 의사를 존중해 준다. 특히 남자주인공은 여자주인공을 제외하고는 여자와 사귄 경험이 없는 “숫총각”으로 제시된다. “단순 난폭하지만 내게 정직한 도묘지 츠카사”를 여주인공 츠쿠시가 좋아하게 되는 이유는 “날 소중히 여겨줬”기 때문이다. 남주인공에게 역척발랄한 여주인공이 사랑을 느끼는 이 대목 역시 여성 시청자들의 심리적 욕구를 충족시켜주는 요인이다. 이점은 기존 멜로드라마에 등장하는 여주인공들이 강한 남성성에 대한 의존심으로 자신의 존재를 의탁하려는 가부장제로의 회귀 심리¹⁷⁾와는 대비된다. 가족을 제외하고 처음으로 자신을

16) 윤영선, 앞의 글, 33-35쪽.

아껴준 사람에게 품게 되는 사랑의 감정은 수용자에게 첫사랑의 기억을 환기하며 명랑하고 역척스러운 여주인공의 소녀 심리를 강화하고 있다. 또한 여주인공을 놓고 남자주인공과 삼각관계를 이루고 있는 루이(한국 드라마에서는 윤지후, 대만 드라마에서는 레이, 중국 드라마에서는 단무 레이)는 첫사랑에 대한 순정을 간직한 인물이다. 다른 두명의 에프포 꽃미남들도 여자를 밝히는 플레이보이로 제시되지만 그들도 순정한 마음을 가지고 여주인공과 여주인공의 친구를 대한다. 이와 같은 남성인물들의 면모는 여성인물 주도적인 서사 속에서 젊은 여성 수용자들의 시각과 취향에 맞춰진 캐릭터인 것이다.

한편 <꽃보다 남자>의 서사에서 우정을 강조하는 여자인물 간의 관계 역시 젊은 여성의 심리적 욕망을 반영하고 있다. 대만드라마와 한국드라마에서 분명하게 드러나듯이 남주인공을 두고 여주인공과 남주인공의 약혼자는 매우 우호적이다. 이들은 “영원한 친구가 되자”고 다짐하고 연적(戀敵)인 두 여자가 상호 협력하여 서로가 남주인공과 잘되도록 도와준다. 루이의 여인 시즈카나 남주인공의 약혼자 시게루가 여주인공에게 화려한 옷을 선물하거나 고급 상품을 쇼핑하면서 서로 친해지는 과정이 자주 등장하고 있는데, 젊은 여성들이 소비행위를 함께 하면서 우정의 감정을 느낀다는 점을 고려한다면¹⁷⁾ 이 같은 행위는 소녀의 우정을 그리는 보편적인 상징으로 이해할 수 있을 것이다.

2. 가정과 학교의 혼합적 문화

<꽃보다 남자>의 서사에서 중심적으로 전개되는 두 공간, 가정과 학교의 균질적이고 차별적인 면모는 동북아시아 국가들의 문화적 환경을 혼합적으로 보여준다. 특히 차별가문의 어머니는 각국의 사회에서 상류계층을 이해하고 있는 이미지에 대한 문화적 인식을 보여준다. 일본, 한국, 대만의 드라마에서 재벌 그룹의 회장이자 남자 주인공의 어머니는 타인에게 무관심하고 몰인정한 사람으로 형상화된다. 그녀는 감정적인 동요가 나타나지 않는 인물로 묘사

17) 이현경, 「한국 멜로영화의 다양한 분화양상」, 『여성문학연구』16호, 2006, 165쪽.

18) 리사 A. 레위스, 「소녀의 소비문화」, 김선남·안홍엽 역, 『텔레비전과 여성문화』, 한울아카데미, 2002, 134쪽.

되는데 한국 드라마에서 구준표는 엄마(회장)을 “마귀할멈”이라고 부르며 잔디는 회장을 “최악”이라고 말한다. 일본 드라마에서는 회장을 “철의 여인”, “마녀”라고 부르고 대만 드라마에서도 산차이가 회장을 “마귀할멈”이라고 부른다. 반면에 중국 드라마에서는 그런 경멸적이고 회화화된 명칭이 회장에게 부여되지 않는다. 중국 드라마의 남자주인공인 무룡원하이의 어머니는 이해할 수 있는 부자의 모습으로 제시된다. 서민층에 대한 반감이나 편견은 드러나지 않으며 아랫사람을 존중해주고 자신의 자녀들에 대한 교육에 엄격한 인물로 재현된다.

한편 재벌가문과의 혼인을 통해 서민집안의 일대 도약을 꿈꾸는 여주인공의 부모들은 속물적인 인물들로 묘사된다. 그렇지만 한국 드라마에서 금잔디의 가족은 가족애가 두드러지고 서로 사랑하는 관계를 강조함으로써 돈 많은 상류층을 압도할 수 있는 가치있는 관계를 형성하고 있는 것으로 나타난다. 이와 대조적으로 중국 드라마 추위선의 어머니는 솔직하고 겸손하며 집안일에 충실한 어머니의 모습을 지니고 있다. 딸에게 가지고 있는 기대는 다른 드라마와 유사하지만 신분상승에 대한 기대보다는 딸에 대한 애정을 보여주는 자애로운 인물로 형상화되고 있다. 경제적이고 계급적인 상승 욕망을 가지고 있는 서민 집안의 모습은 상류층과 서민층 사이의 이분법적인 대립의 정도에서 차이를 드러내고 있는 것이다. 재벌가문과 서민층의 계층적 갈등을 분명하게 드러내고 있는 일본, 한국, 대만의 드라마는 서민층이 재벌에 대해 자존감을 유지하는 관계 방식을 묘사함으로써 이에 대한 대중적 욕구를 반영하고 있는 것이라면, 중국의 드라마는 계층간의 위계를 제시하기보다는 서로 간의 화해에 대한 감각을 강조하고 있다.¹⁹⁾

한편 등장인물들의 주활동배경은 한국의 ‘신화고’, 일본의 ‘에이토쿠학원’, 대만의 ‘영덕대학’, 중국의 ‘앨리스톤학교’과 같은 “학교”이다. <꽃보다 남자>에서 재현되는 21세기 동북아시아 4개국의 학교는 본래적 기능을 상실하였다. 학교에 만연된 경제적 강자에 의한 약자 괴롭힘의 문화가 지배적인 “학교”는 기성사회의 현실관계를 반영하고 있다. 같은 교복을 입고 평등하게 배우는 학교에서조차 경제적 신분으로 특권을 부여함으로써 성인 사회에서 만

19) 앤서니 핑, 앞의 글, 384쪽.

연한 경제력에 근거해 불평등한 신분의 차이를 부각시키고 있기 때문이다. 학교는 가정을 벗어나 사회화가 이루어지는 공간으로서 가족 이외의 인간관계를 통해 우정과 사랑을 키워가는 곳이다. 그렇지만 현실적으로 동북아시아에서 학교는 치열한 경쟁의 공간으로서 정서적으로 삭막한 공간으로 이해되고 있는데, 자유와 평등을 전제로 한 학생들의 교육기관이 성인 사회의 폐단을 그대로 답습하고 있다는 점에서 문제적인 공간이 된다. 21세기 동북아시아 국가들의 교육 환경이 직면한 문제적 상황을 <꽃보다 남자>는 서사적 갈등의 전개과정에서 재현하고 있는 것이다.

이러한 “학교”라는 공간에서 경제력에 의한 집단따돌림의 문화를 극단적으로 재현함으로써 현대 사회에서 경제력이 주도하고 있는 독점적 권력에 대한 폭력적 상황을 목도하게 된다. 폭력적인 구조에 순응하는 학교의 분위기에서 강자의 부당한 처신을 비판하며 등장하는 여주인공의 이미지가 강자에 대한 저항의 면모를 구성할 뿐만 아니라 정신적인 상처를 지닌 경제적 강자를 위로해주는 역할을 수행하며 서사가 진행된다. 경제적 강자와 경제적 약자로 고착된 학교의 지배구조와 일반 학생들의 순응적 분위기에서 여주인공은 억척스럽고도 순수한 면모로 재현되며 학교의 본원적 역할을 환기하기도 한다. 경제적 강자가 되기 위한 사랑의 질투와 모함으로 점철되는 공간이 아니라 정당한 주장과 화해, 협력으로 이루어진 우정의 공간이 필요하다는 주장을 여주인공의 재현을 통해 보여주는 것이다.

3. 소비주의적 욕망의 재현

독립심이 강하고 정의로운 소녀 캐릭터를 중심으로 서사가 진행되며 그 상대역도 수용자층의 욕망을 충족시켜주는 미소년들로 구성된 <꽃보다 남자>의 구성이 젊은 여성 관객들에게 큰 호응을 불러일으키는 내용에는 수용자들이 기대하는 화려한 소비욕망의 충족이 있다. 여기에는 경제적 성장에 대한 기대 심리와 물질적 불평등 구조의 사회 현실을 반영한 내용에서 동북아시아의 대중들이 가지고 있는 복합적인 욕망을 찾아볼 수 있다.

여주인공은 재벌 상속자인 남자주인공의 경제적 부를 사랑의 조건으로 생각하지 않지만 경제적 강자인 남자주인공의 경제력이 없으면 불가능한 호화

로운 애정공세가 펼쳐진다. 이 과정은 여주인공의 순수성을 훼손하지 않으면서도 수용자에게 화려한 소비욕망을 충족시켜준다. 그래서 각국의 드라마에서 제시되듯이 경제적으로 불경기인 때에 화려한 파티를 즐기고 호화롭게 해외로 여행을 다닐 수 있다는 F4의 모습은 서민 자녀인 여주인공을 위축시키는 상황이면서도 현실 속 수용자들에게 선망의 대상이다. 특히 한국 드라마에서 구준표가 잔디와 여행을 떠나기 전에 물품을 마음대로 고르도록 하기 위해 자신의 백화점에서 화재경보를 울리는 행동이나 전용기를 타고 뉴칼레도니아 섬으로 여행을 가고 헬리콥터로 섬 관광을 하면서 잔디에게 하트 모양의 육지를 보여주면서 사랑을 고백하는 준표의 모습은 호사스러운 사랑의 고백으로서 시청자들에게 대리만족을 느끼게 한다. 리조트에서 불꽃쇼를 즐기는 장면에서도 사랑하는 잔디를 위해 많은 돈을 투자하여 화려한 불꽃쇼를 보여주고 마냥 행복해 하는 잔디를 보면서 뿌듯함을 느끼는 준표를 보면서 부와 권력을 나쁜 의도로 쓰는 것이 아닌 사랑하는 이를 위해 모든 것을 과감히 투자하는 남자 주인공의 행동을 동경하며 여주인공과의 동일시를 통해 수용자들이 대리만족을 느끼게 한다.²⁰⁾

<꽃보다 남자>에 등장하는 재벌의 상속자는 사랑과 우정에 갈급한 존재이면서 겉으로는 부족함 없는 것처럼 행동한다. 경제적 강자로서 약자를 괴롭히는 이유도 애정을 받지 못하고 자란 탓인데 여주인공을 통해 재벌의 상속자는 자신을 위로받으며 소중한 것을 찾기를 바라는 것이다. 이 과정에서 여주인공은 순수한 존재로 재현된다. ‘서민’집안에서 자랐으나 따뜻한 마음을 가진 존재이며 불의한 모습을 참지 못하는 여주인공이 재벌의 상속자를 조건없이 사랑하는 존재로 그려지는 것이다. 상속자와의 연인관계를 반대하는 재벌가의 방해 공작에서 여주인공이 당하는 모멸감과 폭력은 여주인공에 대한 연민의 감정을 강화하면서 경제적 악에 희생되는 순수한 존재로 그려지게 된다. 이 과정에서 수용자들은 경제적 가치보다 소중한 것의 존재를 확인하게 되며 경제력만으로 판단되는 사회적 인식을 간접적으로 비판하고 또다른 한편으로는 부족한 경제적 능력을 위안하게 되는 것이다. 이러한 상황에서 잔디가 준표

20) 김홍규, 오세정, 「판타지 드라마의 심리적 만족 유형에 관한 연구-〈꽃보다 남자〉 사례연구를 중심으로」, 『방송문화연구』 21권 1호, 2009, 163쪽.

엄마에게 준표를 떠나기로 약속한 장면에서는 재벌과의 사랑 앞에 놓인 녀를 수 없는 장벽에 굴복하기보다는 배금주의에 빠져 돈과 권력이라는 잣대만으로 사람을 평가하는 사람들을 향해 그것이 얼마나 어리석은지 당당하게 일침을 가하는 모습을 통해 수용자는 대리만족을 얻는다.²¹⁾

재벌의 상속자인 남자주인공이 “가난뱅이 서민” 여주인공에게 매력을 느끼게 되는 것은 바로 모멸감을 참고 견디면서도 포기하지 않는 사랑을 발견하게 되었기 때문이다. 경제적 능력에 따라 차별받는 현대 사회에서 회복되어야 할 가치이자 포기할 수 없는 최상의 미덕으로서 사랑과 우정을 재현함으로써 현실 공간에서 당하는 고독과 불안을 잊게 하며 수용자들이 대리만족하게 하는 것이다. <꽃보다 남자>에서는 화려한 소비 행위를 부러워하고 그들이 펼치는 경제적인 부의 향연을 동경하면서도 그렇지 못한 경제적 약자의 상황을 연민한다. 또한 허구적인 세계에서나마 경제적 약자인 여주인공을 통해 대리만족하는 수용자의 소비욕망을 정당화하고 있는 것이다.

Ⅲ. 동북아시아 문화적 취향과 감수성의 분화

1. 만화적 상상력의 소구력

무엇보다 <꽃보다 남자>의 서사가 수용자들에게 매력적으로 다가갈 수 있었던 것은 여주인공 주도로 서사가 전개되면서 여성 수용자들의 욕망을 충족시켜주었다는 데에 있다. 여기에 덧붙여 <꽃보다 남자>가 기본적으로 로맨스 플롯이라는 지고지순한 사랑 이야기와 앞을 예측할 수 없는 삼각관계를 기대하는 소녀의 심리를 충족시키고 있다. 수용자에게 자신도 저런 사랑을 해보고 싶다는 부러움이나 동경을 불러일으킨다.

소녀의 취향에 부합하는 독립심 강하고 정의로운 여성캐릭터와 여성의 심리를 반영한 꽃미남들의 자상한 내면, 다양한 연애 삼각관계의 반복적인 전개, 성에 눈뜨기 시작한 소녀의 순결성에 대한 강박과 같은 요소들은 <꽃보다 남자>라는 서사가 기본적으로 소녀의 욕망과 욕구를 충족해주고 있음을 알

21) 김홍규, 오세정, 앞의 글, 169쪽.

수 있는 것이다. 그렇기 때문에 <꽃보다 남자>는 일반적인 서사에서 강조되는 인과적 전개를 중시하기보다는 인물 관계의 극적 전개를 강렬하게 보여주기 위해 우연적인 사건의 에피소드 전개가 빈번하다. 성인잡지 사진을 찍으러 갔던 여주인공이 위기상황에서 등장한 새로운 남자의 도움으로 구출되는 상황이나 마카오에 혼자서 갔다가 뒷골목에서 봉변을 당할 뻔한 순간에 F4가 나타나 여주인공을 구해주는 상황과 같은 개연성 없는 서사의 전개는 바로 인물의 관계를 악화/회복/진전시키는 에피소드의 나열을 통해 흥미를 전달하는 만화적 특징을 반영하고 있는 것이다. 그러므로 예를 들어 지후의 할아버지가 전직 대통령인 의사인데도 진찰받으러 온 사람들이 그가 대통령이었던 것도 모른다는 사실에 개연성없다는 비난²²⁾을 전개하는 것은 이 드라마가 가지고 있는 극적 서사의 특성을 고려하지 않은 것이다. 그런데도 사람들이 이 드라마에 열광하는 이유는 캐릭터에 집중된 감정적 동일시가 작용하고 있기 때문이다. 논리적 서사전개보다는 인물간의 관계에 집중하는 에피소드의 나열을 용인하고, 여주인공이 겪는 고난의 사건과 사랑의 전개에 집중하여 수용자가 여주인공과의 동일시에 몰입하도록 구성된 것이 <꽃보다 남자>의 서사적인 특징인 것이다.

<꽃보다 남자>가 지닌 서사적 우연성과 에피소드의 나열이 드라마의 개연성을 약화시키고 서사 전개의 논리적 정합성을 잃게 한다는 비판 속에서도 중심 캐릭터 간의 이해와 오해의 관계가 반복되고 여기에 순결 유지를 핵심적 조건으로 한 육체적 접촉의 빈번함, 질투와 화해 등 사실적인 내용보다는 상상했던 일의 자유로운 재현이 이루어지고 있다. 이같은 만화적 상상력으로 가득 찬 로맨스 플롯을 기본 골격으로 한 드라마의 재현을 21세기 동북아시아 젊은 여성 수용자들은 저항감없이 받아들이고 있다. 만화적 상상력이 매체 변환을 통해 현실적인 시공간 속에서 재현되는 데도 수용자들이 그같은 전개를 쉽게 용인하며 수용하고 있는 것이다.

2. 순정만화 취향의 공유

<꽃보다 남자>는 소녀들이 갖고 있는 남녀관계의 로맨스에 대한 그리움을

22) 윤영선, 앞의 글, 27쪽.

충족시켜준다. 소녀들이 한번쯤은 경험해 본 듯한 사건이나 상상해 본 감정들을 재현하고 있다. 자신이 겪은 경험과 흡사한 내용을 다루거나 여성으로서 자신이 꿈꿔본 것, 생각해 본 것들을 보여주는 것에 끝난다. 특히 자신들의 일상적 공간을 배경으로 주위에서 흔히 일어날 수 있는 일을 다룬다는 점에서 학원물이 선호된다. 이러한 특징은 순정만화가 가지고 있는 장르적 성격이다. 이러한 순정만화 취향에 덧붙여 남녀 간 사랑의 과정에서 비롯되는 오해와 화해의 반복, 순수한 사랑의 확인과 같은 것에 열광하는 <꽃보다 남자>의 서사는 두 가지의 욕망을 충족시켜준다. 허구적인 세계에서 경제적 강자를 통해 현실에서는 이를 수 없는 소비 욕망을 충족하고 경제적 가치로 환원할 수 없는 이상적인 가치를 실현하고자 하는 욕망을 수용자들은 허구적인 세계에서 목도하게 되는 것이다.

순정만화의 소녀취향에 기반한, 만화가 제공하는 비현실적인 재현방식은 드라마를 통해서도 자연스럽게 수용되고 있다. 순정만화의 여성수용자들이 생각하는 이상적인 여성캐릭터는 남성에게 의존하지 않는 독립적이고 적극적인 여성상이다. 또한 여성들이 선호하는 남성 캐릭터 상이 전통적인 성 고정관념을 거부하는 방향으로 이루어지며 남자주인공보다는 주변의 개성있는 조연들에게 호감을 나타내고 완벽한 캐릭터보다는 아픈 과거라든가 유약한 성격 등 결점을 가지고 있는 캐릭터를 선호한다. 결함을 가진, 그래서 여성이 보호해주고 도움을 줄 수 있는 남성 캐릭터에 매력을 느끼는 것이다.²³⁾ <꽃보다 남자>의 캐릭터와 서사적 전개는 순정만화가 구현하는 소녀취향으로 구성된 것으로서 이것은 기존 멜로드라마와의 차별성이 드러난다. 희생적이며 순종적인 비련의 여주인공이 가부장제로의 회귀와 연결되었던 것과는 달리 의존적이지 않은 여성상을 추구하는 것은 10-20대 젊은 여성들이 적극적으로 희망하는 모델로 이해된다. 대부분이 10대에서 20대초반인 순정만화²⁴⁾ 독자

23) 박선영, 「여성장르로서의 순정만화의 특성에 관한 연구」, 『만화에니메이션연구』 5, 2001. 263쪽.

24) 우리나라 만화시장에서 목표독자가 성별에 따라 뚜렷하게 분화된다. 이러한 현상은 일본 만화의 영향권 아래 있는 우리나라를 비롯해 대만, 싱가포르 등의 아시아권에서만 나타나는 현상이며 미국을 비롯한 서구에서는 독자의 성별에 따른 만화 구분은 없는 것으로 알려져 있다. 라현숙, 「출판만화의 여성장르에서 나타나는 의미투쟁에

들의 경우는 순정만화로부터 얻는 즐거움이 자신의 현재 상태에 대한 불만을 반영하는 상상의 공간이라는 측면뿐만 아니라 그 안에서 자신이 동경하는 미래에 대한 역할모델을 찾아낸다는 점²⁵⁾에 주목할 필요가 있다. 동북아시아 4개국에서 제작된 <꽃보다 남자>는 이와 같은 “소녀취향”에 기반해 형성된 대중문화콘텐츠로서 이 지역의 젊은 여성들의 기대와 욕망을 충실히 반영한 TV드라마인 것이다.

3. “소녀”의 부상과 그 의미

여기에는 그동안 문화적 주변부에 머물며 자신들의 욕망을 대중문화콘텐츠 속에서 충족하지 못하였던 10-20대 초반의 젊은 여성들의 문화적 부상과 관련된다. 동북아시아의 젊은 여성들은 그동안 가부장적 가족제도에서 보호 받아야 하는 존재였거나 성적인 욕망의 대상으로 타자화되었던 존재였다. 경제적, 사회적, 문화적 약자였던 10-20대 초반의 젊은 여성들은 21세기 대중문화의 주요 소비층으로 부상하면서 수동적으로 대상화된 단계에서 벗어나 적극적으로 자신들의 욕망을 대중서사에서 찾아내고 있는 것이다. 여기에는 자신들이 경험하고 싶은, 현실에서는 불가능한 소비 욕구를 마음껏 충족하기도 하면서 그들이 경험한 사회적 불평등 구조에 대한 소극적이지만 사실적인 저항의 맥락이 자리하고 있다. 경제의 고도성장에 따른 사회적 불평등 구조를 체감하는 젊은 여성들의 심리는 의존적이지 않은 강한 여성에 대한 희구를 반영하고 있다. 이것은 가족, 아버지에 대한 의존감에서 벗어나 독립적이면서 자립적인 인격체로 존중받고 싶어하는 젊은 여성의 바람이 투영되어 있다. 더구나 여주인공의 자립적인 의지는 경제적인 강자이지만 인격적으로는 미처 성숙하지 못한 재벌 2세들을 감복시켜 그들 스스로도 자신의 삶을 선택하려는 의지를 갖게 하고, 일회적이고 쾌락적인 사랑보다는 소중하며 고귀한 사랑을 선택하게 만든다는 점에서도 자신들의 가치를 허구적인 세계에서나마 실현하는 것이다.

관한 연구, 『아르미안의 네 딸들』을 중심으로, 『이화여대 대학원 연구논집』, 30, 1996. 193-197쪽.

25) 박선영, 앞의 글, 266쪽.

일본을 비롯해서 한국과 중국, 대만에서 경제적인 힘이 무엇보다 강조되고 있는 까닭은 동북아시아가 지니고 있는 세계적인 위상과 관계된다. 19세기부터 서양의 영향과 침탈을 받으면서 근대화의 움직임을 전개한 동북아시아 4개국은 각기 다른 양상으로 근대적 문화를 수용하였던 것은 주지의 사실이다. 동북아시아 4개국은 근대화 과정의 각기 다른 역사적 대응과 수용과정 속에서도 21세기 근대자본주의를 이끌어가는 주요 국가로 발돋움한 나라가 되었다. 이 과정에서 등장한 초국가적인 재벌의 위상은 각국 국민들에게 선망의 대상이기도 하면서 비판의 대상이기도 하다. 특히 21세기 신자유주의의 물결이 세계적으로 전개되면서 자본의 집중과 그에 따른 폐해가 동북아시아 4개국에서 벌어졌다. <꽃보다 남자>가 극명하게 재현하듯이 소녀들의 공간인 “학교”조차도 경제적 힘에 대한 선망이 노골적으로 드러난다. 경제력으로 불가능한 것이 없다는 인식을 반영한 것이기도 하면서 그러한 믿음이 옳지 않다는 가치적 접근을 <꽃보다 남자>는 내포하고 있다는 점에서 현대적이라고 할 수 있다. 강력한 경제력의 필요성을 선망하면서도 그보다 더 고귀한 가치의 중요성도 포기할 수 없다는 양가적 태도가 동북아시아 4개국의 수용자들에게서 발견되는 것이다.

21세기 미디어를 통해 전개되는 대중문화 콘텐츠에 내포된 소녀취향의 문화적 향유는 동북아시아 지역에 거주하는 젊은 여성들의 잠재된 욕망을 현시하고 있다. <꽃보다 남자>의 예에서 확인할 수 있듯이 적극적이며 독립적인 소녀 캐릭터는 비주체적이고 대상화된 존재로만 여겨져왔던 동북아시아 젊은 여성들의 불만과 기대를 반영하고 있는 것이다. 이것은 대중문화 산업의 급격한 성장 과정에서 중심적인 소비자로서 부상한 10-20대 초반의 젊은 여성의 위상을 확인해주는 예이기도 하다. 그러나 이같은 문화적 취향의 확산은 고도 성장의 경제가 이뤄낸 불평등이 심화되고 있는 동북아시아 지역 국가들의 경제적 상황에 대한 젊은 여성들의 심리적 대응과정도 함께 이해할 필요가 있다. <꽃보다 남자>가 보여주듯이 경제적 불평등에 대한 소극적이지만 비판적인 젊은 여성들의 저항의식은 21세기 동북아시아의 공통된 문화 취향에 내포되어 있는 것이다.

IV. 결론

1980년대 후반부터 전개된 동북아시아의 급격한 경제성장과 정치적 민주화는 이 지역에 거주하는 대중들에게 그에 부합하는 새로운 문화적 욕구를 추동하였다. 물질적 풍요에 걸맞는 새로운 문화적 취향을 갖고 싶어하였는데, 1990년대부터 전개되었던 트렌디 드라마의 유행현상은 바로 이러한 동북아시아 대중들의 감수성과 문화적 취향을 반영하였다.²⁶⁾ 트렌디 드라마를 통해 재현되는 문화적 취향과 새로운 경험은 동북아시아 대중들의 보편적 경험을 대변하는 것이라기보다는 자본주의적 소비문화를 동북아시아 도시 중산층의 이해와 관심에 맞게 변형한 것이었다. 도시중산층의 소비주의 욕망을 반영한 1990년대 트렌디 드라마의 유행은 21세기에 진입하면서 그동안 소외되었던 계층들의 이해를 반영하며 그에 걸맞는 감수성 및 문화적 취향의 분화로 확산되며 전개되었다. 바로 <꽃보다 남자>는 21세기 동북아시아 지역에서 오랫동안 남성중심적 사고에 의해 욕망과 보호의 대상이었던 소녀들의 감수성과 취향을 전면화하며 그들에게 환영받은 동북아시아의 내러티브로 떠오른 것이다. 이것은 부르주아 가족 구조를 단위로 하는 현대 자본주의 체제에서 엄격한 보호와 구속의 대상이었던 소녀가 21세기 동북아시아 대중문화콘텐츠 산업에서 중심 소비자로서 자리를 확고히 했음을 말해준다.

21세기 초 동북아시아 국가에서 전개된 <꽃보다 남자>의 유행 현상은 소비자본주의에 길들여진 젊은 여성들의 소비욕망을 허구적인 세계에서나마 충족시켜주면서도 소비주의적인 가치에만 매몰되지 않겠다는 이상적인 세계관을 반영하고 있다. 여기에는 순수한 사랑의 힘을 신뢰하고 싶어하고 경제적 강자에 대해 자존심을 유지할 수 있다는 삶의 태도를 가진 깨끗한 소녀의 모습을 통해 재현되는 동북아시아 국가의 경제적 불평등 구조가 배경으로 자리하고 있는 것이다.

26) 양은경, 앞의 글, 213쪽.

❖ 참 고 문 헌

- 고정민 외, 『한류, 아시아를 넘어 세계로』, 한국문화산업교류재단, 2009.
- 곽선영, 「여성장르로서의 순정만화의 특성에 관한 연구」, 만화에니메이션연구 5, 2001.
- 김예란, 「소녀성과 육체의 미디어화: 모바일커뮤니케이션 역사의 자기성찰적 해석」, 『미디어, 젠더&문화』 5호, 2006.
- 김진영, 「한국에 있어서 일류 드라마의 변용과 수용에 관한 연구」, 울산대학교석사학위논문, 2009.
- 김현미, 「대만 속의 한국 대중문화-문화번역과 혼성화의 문제를 중심으로」, 『한류와 아시아의 대중문화』, 연세대 출판부, 2003.
- 김혜진, 「드라마 꽃보다 남자의 헤어와 의상에 표현된 이미지 비교분석」, 숙명여대석사학위논문, 2010.
- 김홍규, 오세정, 「판타지 드라마의 심리적 만족 유형에 관한 연구-〈꽃보다 남자〉 사례연구를 중심으로」, 『방송문화연구』 21권 1호, 2009.
- 라현숙, 「출판만화의 여성장르에서 나타나는 의미투쟁에 관한 연구」, 『아르미안의 네 딸들』을 중심으로, 『이화여대 대학원 연구논집』, 30, 1996.
- 루하이보, 「중국에서의 ‘한류’: 현황과 미래」, 『영상예술연구』 10호, 2007.
- 박재복, 『한류, 글로벌 시대의 문화 경쟁력』, 삼성경제연구소, 2005.
- 백지운, 「동아시아에서 한류 소비에 나타난 ‘아시아 노스텔지어’-일본과 중국의 사례를 중심으로-」, 『중국어문학』 47, 2006.
- 앤서니 핑, 최기숙, 「TV드라마에서의 감성:〈꽃보다 남자〉의 한중비교를 중심으로」, 『동방학지』 161, 2013.
- 양은경, 「동아시아의 트렌디 드라마 유통에 대한 문화적 근접성 연구」, 『방송연구』 여름호, 2003.
- 원혜정, 「국가별 선호 색채와 TV세트디자인 색채의 상호관계성 연구」, 홍익대학교석사학위논문, 2009.
- 유세경·이경숙, 「동북아시아 3국의 텔레비전 드라마에 나타난 문화적 근접성」, 『한국언론학보』 45권 3호, 2001.
- 윤영선, 「일본 원작 리메이크 드라마에 대한 연구-〈꽃보다 남자〉를 중심으로」, 전남대학교석사학위논문, 2010.
- 이와부치 코이치, 「일본 대중문화의 이용 가치」, 『한류와 아시아의 대중문화』, 연세대출판부, 2003.
- 전기상, 「한국 TV드라마의 글로벌화를 위한 제언-본인 연출작 <꽃보다 남자>를 중심으로

- 로」, 중앙대학교석사학위논문, 2012.
- 조대현, 「문화융합 매체로서 애니메이션 특성에 관한 연구 - <천공의 성 라퓨타>를 중심으로」, 『만화애니메이션연구』 제3호, 1999.
- 진소, 「만화원작드라마의 문화융합에 관한 연구」, 조선대학교석사학위논문, 2010.
- 한홍석, 「‘한류’현상으로 본 중국에서의 한국 대중문화 수용」, 『국제지역연구』 9권1호, 2005.
- 허진, 「중국의 한류 현상과 한국 TV드라마 수용에 관한 연구」, 『한국방송학보』 16권 1호, 2002.
- 리사 A.레위스, 「소녀의 소비문화」, 김선남·안홍엽 역, 『텔레비전과 여성문화』, 한울아카데미, 2002,
- Mel van Elteren, “Conceptualizing the Impact of US Popular Culture Globally”, *Journal of Popular Culture*. Vol30-No1, 1996.

❖ ABSTRACT

The Convergence and Sharing of Cultural Tastes in Northeast Asia in the 21 Century: On the Popularity of the TV Drama "Boys over Flower"

Kim, Jong-Soo

This article aims at exploring the convergence and sharing of cultural tastes among Northeast Asian countries by analyzing TV drama "Boys over flower", based on the original Japanese manga and produced in Korea, China, Japan and Taiwan in the 21st century. It explores the expectation and desire of the mass who have taken pleasure in watching it in each country as well.

This article argues that the sharing of the sensitivities and tastes of young women, the main consumer of the drama, by the mass of the four countries, are an important cultural phenomenon in that it reveals the emergence of "girl" as an active cultural consumer, who had been the object of a restraint and strict protection of the bourgeois family structure.

Key Words

"Boys over Flower", Northeast Asia, cultural convergence, common cultural tastes, girl

논문접수일: 2015년 08월 10일

심사완료일: 2015년 09월 07일

게재확정일: 2015년 09월 08일