

동아시아에서 한류 소비에 나타난 ‘아시아 노스텔지어’

— 일본과 중국의 사례를 중심으로 —

백 지 운**

<目 次>

- | | |
|------------------------------|--------------------|
| I. 초국적 문화소비와 욕망의 지역적 버전들 | III. ‘대장금’ 속의 중화문명 |
| II. ‘겨울연가’를 통해 ‘발견된 아시아, 한국’ | IV. 한류의 양면 |

I. 초국적 문화소비와 욕망의 지역적 버전들

현재 동아시아 지역에서 불고 있는 ‘한류’ 현상은, 근대 이래 유례가 없을 만큼 강력한 파급효과를 띠고 있어 사회 전반의 관심거리다. 90년대 후반부터 ‘문화연구’가 아카데미즘 안에서 차츰 정식적인 학문분과로 자리 잡아 나간 것과 맞물리면서 한류는 학문적 분야에서뿐 아니라¹⁾ 정부기관과 기업의 정책 단위에서도 주요한 관심과 분석의 대상으로 떠오르고 있

* 이 글은 2006년 5월 13일 영남중국어문학회에서 발표한 원고를 수정한 것이다.

** 인천문화재단 연구원

1) 조한혜정 외, 《‘한류’와 아시아의 대중문화》 연세대학교 출판부, 2004, 김현미 외, 《글로벌 시대의 문화번역》 또하나의 문화, 2005. 장수현 외 《중국은 왜 한류를 수용하나》, 학교방, 2004, 백원담, 《동아시아의 문화선택, 한류》, 팬타그램, 2005, 히라타 유키에, 《한국을 소비하는 일본-한류, 여성, 드라마》 책세상, 2005.

다.2) 경제적 부를 산출했다는 점 외에도, 한류는 한국의 이미지를 향상시킴으로써 국제 사회에서 한국의 위상을 끌어 올리는 데 큰 기여를 했다. ‘겨울 연가’의 주인공 배용준이 2004년 일본을 방문했을 때 NHK 방송사의 에비사와(海老澤) 회장이 그에게 ‘한일 양국의 상호 이해에 공헌했다’는 취지의 감사장을 수여한 것이나, 해외마케팅 역량을 한류에 총집결하겠다는 취지로 문광부와 한국관광공사가 합작하여 ‘한중우호의 밤’을 중국의 인민대회당에서 열고 거기에 보아와 동방신기, 그리고 ‘대장금’의 이영애 등을 출연시킨 것에서 볼 수 있듯이3), 한류는 이제 국제 사회에서 한국을 대표하는 문화적 브랜드가 되어 있다.

최근 들어 부쩍 늘고 있는 한류에 대한 실태조사나 정치적·외교적 파급 효과에 대한 분석 논문들이 한류가 가지는 파급력이나 효과를 수치적으로 보여주고 있기는 하지만, 한류라는 문화적 현상의 본질과 그 내면논리에 대한 설명으로까지 파고들지는 못하는 것으로 보인다. 지금 왜 이 시점에서 ‘한류’라는 특수한 문화적 현상이 동아시아 역내에서 일어나고 있는가 하는 점과, 그러한 문화현상의 문면에 흐르는 내면논리는 무엇인가에 대해 심층적인 분석과 진단을 내리는 것이 필요하다. 전반적으로 한류를 한국인의 문화적 잠재력의 표출로 보는 낙관론이 팽배한 가운데, 한편에서는 한류가 결국 동아시아의 거대 자본에 의해 기획되고 조직된 상업주의의 문화적 버전에 다름 아니며, 한국이 팔고 있는 문화제품은 미국 상업문화의 한국판에 불과하다는 경계어린 진단도 나오고 있다.4) 분명, 한류는 90년대 이래 급속도로 발달한 한국의 경제성장을 기반으로 삼고 있으며, 중국의 개방화에 따른 대중문화시장의 갑작스런 확장과 일본 대

2) IFAC, 《한류의 파급효과와 인천 연계 방안》 인천문화재단, 2006.2, 채지영, 《일본 한류 소비자 연구-한류 마니아와 일반 소비자의 소비 행태를 중심으로》, 한국문화관광정책연구원, 2005. 박재복, 《한류, 글로벌 시대의 문화경쟁력》, 삼성경제연구소, 2005.

3) Korean Wave 2004 in Beijing. <국정브리핑, 2004.7.19>

4) 백원담, 앞의 책, 9쪽. 조한혜정 <글로벌 지각 변동의 징후로 읽는 한류 열풍> 조한혜정 외, 앞의 책, 35쪽

중문화의 상대적인 정체를 기화로 하여, 시간적·공간적으로 내외적인 조건들이 맞아떨어지면서 일어난 현상이다. 따라서 한류현상은 한국인의 문화적 저력이나 문화산업의 발달이라는 일국적인 차원에 한정해 보기보다, 동아시아라는 지역적 차원과 자본주의적 근대화라는 전지구적 차원을 포괄하는 다각적인 시각에서 분석될 필요가 있다. 즉, 전지구적 차원에서 한류는 위성티브이와 인터넷의 발달을 기반으로 하여 대중적 문화적 소비의 취향과 욕망이 균질해지는 추세와 궤를 같이 하며, 동아시아라는 지역의 차원에서는 근대 이래 아시아에서 폐자의 자리를 지켜 온 일본의 중심적 위치가, 뒤따라 크고 작은 강국으로 떠오른 중국과 한국 등에 의해 균열됨에 따라 동아시아 역내에서 서구화=근대화에 대한 욕망의 지역적 버전들이 다양화되는 것과 관련된다.

그렇기 때문에 한류는 분석의 시야를 그것의 생산자에 제한해서는 안 되며, 한류를 소비하는 행위 속에 잠재된 논리와 욕망을 함께 읽어야만 그것을 동아시아의 문화 현상으로서 맥락화할 수 있다. 문화인류학자 김현미는 ‘한류’를 ‘아시아 지역의 욕망의 동시성’으로 읽을 것을 제안하면서, 한국의 대중문화 텍스트들이 국가의 경계를 벗어나 유통되고 소비될 때 어떤 이미지, 환상, 상상력의 상징 기호들을 운반하고 있는가, 생산지와 소비지 간의 상징체계들의 차이들과 대중문화 텍스트가 의미화되는 차이들이 어떻게 이해되고 있는가 하는 점들을 글로벌 자본주의라는 상황 속에서 구체적으로 분석해야 한다고 주장했다.⁵⁾ 동일한 한류상품이라도 그것이 소비되는 국가나 지역에 따라 그 양상은 다소의 차이를 보이며, 그러한 차이에는 대중들의 기호와 차이로 설명되기에는 훨씬 더 복잡한 문화내외적인 맥락들이 들어 있다. 또한 그러한 차이들이 서로 무관하게 떨어져 있는 것은 아니다. 큰 틀에서 말하자면 그것은 동아시아 지역에 속한 국민국가들의 글로벌리즘을 향한 욕망의 다층성을 보여준다.

본고는 한류 중에서도 가장 영향력을 크게 미친 드라마 ‘겨울연가’와

5) 김현미, <대만 속의 한국 대중문화-문화 ‘번역’과 ‘혼성화’의 문제를 중심으로>, 조한혜정 외, 앞의 책, 155쪽.

‘대장금’을 소재로 하여, 일본과 중국이 한류를 소비하는 과정에서 나타나는 문화적 욕망의 메카니즘을 분석하는 것을 목적으로 한다. 이러한 작업을 통해 생각해 보고자 하는 것은 다음 몇 가지 문제들이다.

첫째는 국경을 넘나드는 문화 유통이 활발하게 진행되는 오늘날, 타문화에 대한 소비와 재생산을 통해 문화의 내셔널한 자기정체적 성격에 어떤 수정과 변화가 발생하는가 하는 점이다. 동아시아에서 문화가 개별 국가의 내셔널한 자기정체성을 부여하는 기능을 해 온 것을 부정하기 어렵다고 한다면, 일국적 경계를 넘어 범지역적 차원에서 공통적으로 한류를 애호하는 현상을 통해, 문화가 갖는 일국적 정체성을 균열시킬 가능성을 찾을 수 있을까. 이러한 점을 진단하기 앞서 분석되어야 할 것은, 과연 동아시아 국가들에게 한국의 문화가 아시아의 다양한 이문화의 하나로 인식되고, 그것이 자문화의 폐쇄적 경계 안으로 섞여들어가면서 진정한 문화적 혼종화가 진행되는가 하는 점이다. 그러나 본문에서 자세히 논하겠지만, 일본이나 중국에서 한국의 드라마가 환영받는 주요한 이유는 그것이 자신들의 자문화에 ‘가깝다’고 인식되기 때문이다. 일본에게 한류는 일본만큼 근대화되고 자본주의화된 한국을 발견하게 했으며, 중국인에게 그것은 세계화의 욕망을 부정하지 않으면서 동시에 중화문화의 정체성을 환기시키는 역할을 했다. 그리하여 한류는 동아시아 역내에서 서로 다른 욕망의 표출로서 ‘지역문화’에 대한 관심으로 이어졌다

그렇다면 이어지는 두 번째 문제는 이러한 ‘지역문화 (regional culture)’가 신자유주의적 전지구화 과정 중 서구화·일원화되어 온 문화적 추세에 대한 ‘지역성’의 대안이 될 수 있는가 하는 점이다. 문화현상으로서의 한류가 문화 ‘담론화’되면서 눈에 띄는 점은, ‘아시아’가 다시 한 번 문화적 화두로 등장했다는 점이다. 한류의 주요 장르들이 ‘아시아적’인 것과는 무관해 보이는 댄스 음악과 트렌디 드라마임에도 불구하고 한류의 바람은 자연스럽게 ‘동양문화’ ‘유교문화권’ 등등 ‘아시아 문화’를 실체화하려는 움직임으로 이어졌고, 그러한 관심은 식민, 포스트식민 시대 이래 줄곧 서구의 문화제국주의의 영향권 아래에 있던 동아시아 지역에서 문화적 탈식민

화에 대한 전망으로까지 이어지고 있다. 그러나 한류가 만들어낸 문화상품이 과연 아시아적인가 하는 점에 대해서는 논쟁의 여지가 있다. 역사극 형식을 띤 '대장금'의 경우는 잠시 논외로 치더라도, 한국의 트렌디 드라마는 서구적이고 모던한 취향을 기반으로 하고 있고 또 상당 부분 일본의 트렌디 드라마를 모방, 흡수한 것이다.⁶⁾ 그럼에도 불구하고, 한국 드라마가 역내의 인접 국가에 의해 수용되는 과정에서 '아시아'의 상이 창출되고 있는 것은 주목을 요하는 대목이다. 더구나 자본주의 발전의 정도가 매우 다른 중국과 일본이 한국의 드라마를 소비하는 과정에서, 동일하게 '잃어버린 과거', '잃어버린 아시아'에 대한 노스텔지어를 향수하는 현상 또한 흥미로운 분석거리가 아닐 수 없다.

II. '겨울연가'를 통해 '발견된 아시아' 한국

한국의 대중문화상품이 일본에 소개된 것은 물론 지금의 한류가 시작되기 이전부터 있었다. 그러나 그것은 한국문화상품의 전반적 전파라기보다는 조용필, 계은숙, 김연자 등 특정한 연예인 개인의 활동에 의한 것이었다. 1996년 일본에서 다채널형 CS 디지털 위성방송에 KNTV, K-ch와 같은 한국어 전문 채널이 설립된 후 한국 방송 콘텐츠가 대량으로 일본에 방송되기 시작했지만 일본 전역으로 확대되지는 못했다. 그러던 것이 2002년 한일 월드컵 공동 개최를 전후로 일본 매스컴에 한국에 대한 우호적인 정보가 지속적으로 노출되면서, 영화 '쉬리'와 'JSA', 한일합작드라마 '소나기', 한국 드라마 '이브의 모든 것' 그리고 대중가요에서 보아 등의 한국 문화상품이 일본 내에서 인지되기 시작했다. 그러다가 2004년 4월 NHK 지상파에서 방송한 '겨울연가'로 본격적인 한류 붐이 발생했다.⁷⁾

6) 한국의 트렌디 드라마의 일본 드라마 표절 시비와 관련한 구체적 내용은, 이동 후, <한국 트렌디 드라마의 문화적 형성- 탈국가적 문화 수용 양식을 중심으로>, 조한혜정 외, 같은 책, 125-153쪽 참조.

7) 채지영, 앞의 책, viii-ix 참조.

일본에서 ‘겨울연가’는 외국문화 붐으로서도 하나의 이례적인 현상이다. 단순히 스타에 대한 팬의 열광이라는 차원을 넘어서, 일본인들은 ‘겨울연가’를 보면서 자신의 삶을 돌아보고 나아가 변화를 실천하기도 했다. 그들은 ‘겨울연가’를 통해 가족의 소중함을 깨닫고 오랫동안 찾지 않은 부모를 찾기도 하며 또 잊고 있던 자식에 대한 사랑을 확인하기도 했다. 한류에 대한 몇몇 연구논문을 보면 대부분의 인터뷰의 응답자들은 한국 드라마의 매력의 원인을 ‘진한 가족애’와 ‘순수한 사랑’에서 찾는다.

“사랑하는 가족의 따뜻한 손과 발이 되어...” 이런 표현은 일본에서는 들은 적이 없습니다. 굉장히 간결하고 마음에 곧장 와 닿는 대사입니다 (Seiko)”⁸⁾

함한희와 허인순은 ‘겨울 연가’에 관한 연구보고서에서 일본문화와 한국 문화를 다음 세 가지로 차별화하여 정리했다. 첫째는 뜨거운 가족과 차가운 가족, 둘째, 많이 표현하기와 적게 표현하기, 셋째, 스킨십의 있고 없음이다.⁹⁾ 드라마 ‘겨울연가’에 나오는 가족관계에서 보이는 사랑과 애정의 존재방식과 표현방식을 통해, 일본인들은 일본과는 ‘다른’ 한국인의 문화를 본다. 그런데 재미있는 점은 그들이 일본과는 다른 한국 문화의 이질성을 느끼면서도 그것을 통해 일본의 과거를 보기도 한다는 점이다. 일본의 여성들이 ‘윤사마(배용준)’를 좋아하는 이유를 들어보면, 예의바름, 로맨틱함, 남자다움, 아름다운 언어, 가족을 소중히 함, 순위 사람을 공경함 등이 있다. ‘윤사마’의 이러한 면을 통해 일본인 여성들은 일본에서 희박해져 가는 오래된 가치관을 발견하며, 그로부터 어떤 노스텔지어를 느낀다고 말한다. 그런데 이지민의 연구에 의하면 일본에서 ‘겨울연가’나 ‘윤사마’의 팬은 지금까지 유래를 찾기 힘들 정도로 그 연령대가 넓다. 20대부

8) 함한희·허인순, 《겨울연가와 나비 환타지—일본 한류를 만나보다》 소화, 2005. 109쪽에서 인용된 인터뷰.

9) 함한희·허인순, 같은 책, 87-99쪽 참조.

터 50대까지 다양한 연령층에 속하는 이들이 '겨울 연가'를 통해 "오래되고 좋았던 시대", "일본에서는 사라진 과거의 일본"을 찾고 있다는 사실은 흥미롭다. 이러한 현상에 대해 이지민은 "오래되고 좋았던 시대"라는 허위적 과거의 공유경험으로 이행하는 과정에는 어떤 '해체'와 '여과'의 과정이 수반된다고 말한다. 여과의 과정을 통해 부적절한 것은 주변으로 밀려 망각되며 잔류된 것들이 남아, 상상적인 단계에서 상징적인 단계로 전이된다는 것이다.¹⁰⁾

'겨울 연가'와 같은 한국 드라마에 나오는 진한 가족애와 순수한 사랑 같은 것이 과거 일본에 있었던 것인지, 아니면 일본의 문화에서는 찾아볼 수 없는 이질적인 것이지만 너무 리얼해서 마치 주변에서 일어나고 있는 듯한 느낌을 주는 것인지 그 경계는 분명하지 않다. 그러나 일본에서 '겨울 연가'를 좋아하는 20대에서 5, 60대를 아우르는 팬들이 모두 동일한 과거를 공유하고 있다고 보기는 어렵다. 그렇다면 이처럼 서로 다른 연령대에 속한 이들이 한국 드라마를 통해 동일한 '과거의 일본'을 발견하는 현상을 어떻게 보아야 할까. 이 문제를 생각해 보기 위해서 90년대 초반에 일본에서 일어났던 홍콩열을 참조해 보는 것이 필요하다.

일본의 문화연구자 이와부치 고이치는 90년대 일본의 홍콩열을 통해 노스텔지어의 초국적(trans-national) 환기가 드러내는 정치학을 강조한다. 노스텔지어가 어떤 스타일의 함축을 통해 과거를 '전유'하는 것이라 할 때, 커뮤니케이션이 고도로 발달한 현대 사회에서 '전유된 과거'의 상은 더 이상 일국적 범위 안에 제한되지 않고, 매체에 의해 매개된 타자의 문화의 상을 포괄한다.¹¹⁾ 90년대 초반 일본인은 문화적 타자인 홍콩을 통해 자신들이 잃어버렸다고 생각하는 과거의 상을 그렸다. 당시 이와부치의 인터

10) 이지민, <新聞に見る'ヨン様'浸透現象-呼称の定着と'オパファン'という存在>, 毛利嘉孝 編, 《日式韓流-冬のソナタと日韓大衆文化の現在》 セリカ書房, 2004, 102-103쪽 참조.

11) Iwabuchi Koichi, "Nostalgia for a (Different) Asian Modernity," *Position* 10:3 Winter, 2002. p.549.

뷰에 응한 일본의 홍콩 팬들은 홍콩 배우들의 남자다움과 활력에 매력을 느꼈다고 대답했고, 그것은 당시 일본에 결핍된 원기를 채우려는 것으로 분석되었다. 이와부치는 이러한 홍콩열이 80년대 버블경제가 가라앉고 상대적 침체에 들어섰던 90년대에 일어났다는 점을 강조한다.

그런데 중요한 것은 이처럼 자본주의 발전 속도에서 일정한 시간적 낙차 속에 뒤쳐져 있는 홍콩에 열광하는 문화현상이 전자본주의(premodern)에 대한 향수와는 거리가 멀다는 점이다. 이와부치에 의하면 홍콩 열은 오리엔탈리즘의 일본 버전으로, 이같은 일본적 아시아 재현과 소비가 일어난 것은 빠른 근대화와 지구화에 직면한 일본인이 자신의 문화적 정체성과 확정성을 상상하기 위해 문화적 타자의 상을 필요로 했기 때문이다. 여기에 주목해야 할 두 가지가 있다. 첫째는, 홍콩열을 통해 재현되고 소비된 아시아에 대한 일본의 노스텔지어가 서구적 영향권으로부터 탈피하기 위한 민족주의적인 욕망이 아니라, 반대로 서구가 주도하는 자본주의적 근대화와 더불어 실질적으로 근대화된 일본에서의 삶을 비전있게 만들고자 하는 욕망이라는 점이다(Iwabuchi, 566). 그리고 두번째는 당시 홍콩이 시간적 공간적으로 쉽게 타자화될 수 있는 '친밀한' 거리 안에 있었다는 점이다. 일본인에게 중국 대륙이 전근대적이고 아만적인 사회주의 국가라면, 그에 비해 홍콩은 낙후된 아시아의 상을 재현하면서도 문명권의 자장 안에 있기 때문에 길들이기 쉬운 타자였다. 말하자면 경제적 발전 정도가 타자인 아시아 문화를 '자아'의 근대화된 영역으로 진입시킬 수 있는 최소한의 조건이었던 것이다.

이상의 논의를 정리해 볼 때, 90년대 일본의 홍콩열을 통해 볼 수 있는 것은 일본이 아시아에서 경제적 혹은 문화적으로 중심적 위치가 불안해질 때 문화적 타자와의 관계확인을 통해 자신의 정체성을 재확인하는 기제로서 상대적으로 친밀한 대상을 선택하여 나르시시즘적으로 그것을 소비한다는 것이다. 또한 일본이 아시아에 대해 느끼는 노스텔지어는 결코 전근대적인 것에 대한 향수가 아니며, 그보다는 전근대적 아시아와 자본주의화된 아시아 간의 위계질서를 강화함으로써 일본의 위치를 확인하고자 하

는 욕망의 표현이다.

그렇다면 약 10여 년의 간극을 두고 일어난 한류의 붐은 홍콩열과 어떤 관계에 있을까. 한류에 관한 또다른 논문에서 이와부치는 홍콩열에 전제되었던 시간적 낙차가 '겨울 연가'의 수용에서는 보이지 않는다는 점을 들어 홍콩열과 한류를 구분한다. 그는 한국에 대해 가깝고도 먼 것이 혼재하는 친밀감, 낯익은 차이점과 낯선 동질감으로 인해 동아시아 미디어 문화의 호의적 상호수용이 가능하다고 말하면서, 한류의 경우 홍콩처럼 시간적 낙차에 의해서가 아니라 한국 자체가 매력으로 느껴진다는 것에 결정적인 차이가 있다고 주장한다.¹²⁾ 그러나 사실상 한국의 문화 상품이 일본에서 붐을 일으키게 된 배경에는 분명 홍콩열의 경우에서 보였던 것과 비슷한 맥락의 자아-타자 관계가 존재한다. 한류의 확산과 관련하여 간과해서는 안 될 것은, 한류가 한국의 경제성장에 기반한 아이티 강국, 2002년 월드컵 공동개최와 4강 신화를 통해 떠오른 스포츠 강국의 이미지와 긴밀하게 연동되어 있다는 점이다. 일본인이 한류에 열광하게 된 데에는 과거 일본인의 머리 속에 박혀있던 낙후하고 미개한 한국이 이닌 근대화되고 발전한 한국, 즉 '우리와 비슷한 아시아' 한국을 '발견'하게 된 것이 그 주요한 전제가 되고 있다. 2004년 9월에 NHK가 일본인 2천 2백 명을 대상으로 실시한 설문조사에서 응답자 중 50퍼센트가 한국 드라마를 통해서 한국 문화를 접했으며, 이들 중 26퍼센트가 한국을 보는 관점이 달라졌다고 응답했다.¹³⁾ 무쓰미미라는 아이디어를 가진 일본인은 '겨울 연가'를 통해 달라진 한국의 상에 대해 이렇게 말하고 있다.

“우리들 시대(70년대)에 일본 방송에 나온 한국에 대한 뉴스는 광주사건이나 계엄령 등 매우 무서운 이미지였습니다. 그러나 지금 한국의 엔터테인먼트와 강좌 등을 통해 마음을 열고 공부해 보니, 이웃나라인데도 아

12) 岩淵功一, <韓流が「在日」と出會ったとき-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通>, 毛利嘉孝, 같은 책, 119-121 쪽 참조

13) 매일경제신문, 2004년 12월 21일자.

무 것도 몰랐던 저 자신이 부끄러워졌습니다.”(Mutsumimi, 2004.6.4)¹⁴⁾

일반적으로 90년대 이전까지 일본인이 갖고 있던 한국의 상은 크게 두 가지였다. 첫째는 광주 항쟁 등 일본의 매체를 통해 왜곡된 방식으로 재현된 ‘폭도’의 상이었고, 둘째는 1970~1980년대 일본 남성 사이에서 형성된 기생관광의 나라라는 이미지였다. 여기에는 물론 한국에 대해 일본이 갖고 있던 제국주의적 시선이 작용하고 있으며, 그런 면에서 한류가 가져온 긍정적 효과를 부정할 수 없다. 한류는 일본의 대중이 국가의 공적 언어를 통해 한국의 상을 수동적으로 수용하던 것에서 벗어나, 발달한 매체를 기반으로 한국의 문화상품을 직접 소비함으로써 사적인 시선과 언어로 한국을 발견하게 했다. 다시 말해, 국경을 넘나드는 문화의 유통을 통해 대중이 국가(이데올로기)의 언어가 아닌 민간의 언어로 타국과 타문화에 대해 말할 수 있게 된 것이다. 이러한 긍정성을 강조하는 입장으로는 모오리 요시타카와 히라타 유키에 등의 주장이 있다. 모오리는 한류를 팬문화 형성을 통한 능동적 문화실천이라는 점에서 긍정적으로 보는데, 그가 말하는 팬문화란 미디어나 문화산업에 부화뇌동하는 수동적 존재가 아니라 미디어와 산업으로부터 주어진 정보를 적극적으로 재독하고 고쳐써으로써 자신들의 문화를 형성하는 복잡한 존재이다. 과거 일본에서 한국에 대해 이야기하는 방식이 어느 쪽이든 공적인 것에 의존하여 대중 스스로 말할 수 있는 자신의 언어를 결핍하고 있었다고 한다면, ‘겨울연가’ 등을 통한 팬문화의 형성은 이제까지 사회에서 주변화되어 온 여성들이 자신의 사적인 언어로 한일관계를 둘러싼 역사를 말할 수 있었다는 점에서 매우 중요한 의미를 갖는다. 또한, 젠더의 관점에서 한류를 분석하는 히라타 유키에는 ‘겨울 연가’의 테마관광을 소재로 하여, 여성이 자신의 시선으로 한일 양국 간의 트랜스 내셔널한 관계를 재구성하는 측면을 강조한다.¹⁵⁾

14) 함한희·허인순, 같은 책, 131쪽 재인용.

15) 毛利嘉孝, <‘冬のソナタ’と能動的アンの文化實踐>, 毛利嘉孝, 같은 책, 16-50쪽;
平田由紀江, <まなざす者としての日本女性観光客>, 毛利嘉孝, 같은 책, 52-8쪽.

그러나 이처럼 한류의 팬문화가 가져온 문화실천의 긍정성을 심분 인정한다 하더라도, 여기에는 석연치 않은 문제들이 여전히 남아 있다. 모오리에게 의문은 그가 팬문화에 의해 만들어진 사적 언어와 국가의 공적 언어를 대항 구도로 파악할 할 때, 후자에 대한 대안으로서의 전자의 가능성을 과도하게 낙관하는 것은 아닌가 하는 점이다. 대중문화에 대한 이러한 낙관론은, 신자유주의적 전지구화의 흐름 속에서 과거 국민국가 중심의 시스템이 유연화되면서 문화의 초국가적 생산과 소비가 개개인의 일상 영역 내부까지 깊이 침투하고 있음을 과소평가한 데 기인하는 듯하다. 다시 말해, 동아시아 역내에서 초국가적인 생산과 소비는 민간의 힘에 의해 자발적이고 주체적으로 일어나는 측면도 있지만, 바로 그 민간의 또다른 얼굴인 대중이야말로 자본의 논리에 가장 무방비적으로 노출되어 있지 않은가. 그런 점에서 민간의 욕망을 국가의 욕망과 대립하는 것으로만 보기는 어렵다. 문제는 국민국가의 벽을 통과하여 동아시아 지역과 전지구적 차원을 관통하여 흐르는 자본의 논리로부터 완벽하게 벗어난 대중의 주체적인 문화의 소비와 재생산이 과연 어느 정도까지 가능한가 하는 점이다.

그런 점에서 볼 때, 한류가 민간의 시선에 의한 한국의 '발견'이라는 점은 또다른 측면에서 면밀하게 검토되어야 할 대목이다. 분명 한류를 통해, 과거 국가 언어에 의해 주입되고 상상된 한국은 사적인 차원에서 새롭게 '발견'되었다. '윤사마'의 부드럽고 온화한 이미지는 과거 광주항쟁이나 학생시위에서 나타난 '성난 폭도'와는 전혀 다른 한국 남성의 상을 일본인에게 각인시켰다. 일본의 팬들에게 '윤사마'는 배용준 개인이 아니라 이제까지 몰랐던 한국의 남성상으로 '발견'되었고 그것은 다시 과거에 인지하지 못했던 한국의 '발견'으로 이어졌다. 이러한 '발견'에는 앞서 홍콩열의 경우에서 분석된 바 있는 자아-타자간의 거리의 문제가 들어 있다. '발견'은 미개한 '타자'의 영역에 있던 한국을 문명화된 '자아'의 영역 안으로 끌어 들였으며, 그러한 거리조정을 통해 자타의 위계질서를 재조정함으로써 아시아에서 일본의 정체성을 재확인하게 된 것이다.

일례로 한류에 수반된 한국어 배우기 붐에 대해서 살펴보자. 2004년

‘겨울연가’ 붐은 한국어 배우기 붐으로 확산되었다. 1994년도의 통계에 따르면 NHK TV 어학 텍스트 발행 부수의 순위(영어 제외)는 독일어와 불어, 중국어, 스페인어의 순이었으며 한국어는 약 8만 부를 발행하여 이탈리아어와 공동 5위를 차지했다. 그러나 10년 후인 2004년도의 발행 부수를 보면 한국어 강좌 텍스트는 20만부를 발행하여 1위에 올랐으며, 중국어, 이탈리아어, 독일어, 스페인어가 그 뒤를 이었다. 특히 2004년도 4월에 비해 2005년도 4월에는 어학 텍스트 발행 부수가 두 배로 증가하여 최근 일고 있는 한류 붐이 한국어 학습에 미치는 영향력을 잘 보여준다.¹⁶⁾ 이처럼 일본 대중들 사이에서 한국어 배우기 열이 확산되는 것은 최근 한국에서 중국어 배우기 열이 일어나는 것과는 달리, 실용적 문맥보다는 문화적 문맥이 크게 작용한다. 눈여겨 볼 것은 한국어를 배우는 일본인들에게 작용하는, 한국어에 대한 미적인 감수성의 변화이다. 한국어를 배우기 시작한 동기로 이들은 “전에는 시끄럽고 거칠게 들리던 한국어가 지금은 아름답게 들린다”고 말한다.¹⁷⁾ 이와부치가 말한 것과 다른 맥락에서, 한국에 대해 일본인이 갖는 이러한 ‘낮선 친밀감’은 문화적 타자로서의 한국의상이 일본과 한층 가까운 거리 안으로 재조정되면서 나타난 효과라고 볼 수 있지 않을까. 홍콩열의 경우 ‘저들’이었던 문화적 타자 홍콩을 ‘우리’ 안에 진입시키는 과정을 통해 자아의 정체성을 재확인하고 타자와의 위계질서를 재구획하는 것이었다고 할 때, 사실상 비슷한 맥락이 한류를 소비하고 재생산하는 과정 속에도 들어있다. 한국어와 한국이 친밀하게 느껴지는 지금 이 순간에도 북한이나 ‘자이니찌(在日) 코리안’에 대한 일본인의 배타적인 시선이 여전히 존재한다는 점은 그런 점에서 시사적이다. 한국이 일본의 ‘우리’ 안으로 한층 가까이 다가갔다면 북한이나

16) 채지영, 앞의 책, 32-33쪽.

17) 일본에서 ‘겨울 연가’는 처음에는 더빙판으로 방영되다가 “더빙보다 자막으로 보고 싶다. 부드럽고 음악 같은 한국어 발음을 듣고 싶다”는 네티즌의 요구로 2004년 12월에 다시 자막판으로 방영되었다. 히라타 유키에, 《한국을 소비하는 일본 - 한류, 여성, 드라마》 책세상, 2005. 109쪽.

자이니찌는 여전히 그들에겐 미개한 아시아인이며, 결코 '우리'가 될 수 없는 문화적 타자이다.

일찍이 일본의 사상가 다케우치 요시미는 당시 일본에 조선어를 가르치는 곳이 거의 없다고 개탄하면서 일본이 아시아의 정체성을 버리고 서구화를 추종하는 것을 비판한 적이 있다.¹⁸⁾ 그러나 백만이 넘는 일본인이 한국어를 배우고 있는 오늘날, 일본이 과연 '탈아입구(脫亞入歐)'로부터 방향을 선회했다고 할 수 있을까.

Ⅲ. '대장금' 속의 중화문명

90년대 동아시아 지역 내 국경을 넘나드는 문화의 소비와 재생산에서 노스텔지어는 매우 중요한 문화적 현상이다. 노스텔지어는 현재에 대한 부정도 아니며 과거에 대한 단순한 향수도 아니다. 그것은 과거를 기억하는 행위를 통해 사실상 과거를 재구성하며, 그것을 통해 현재와 미래에 대한 욕망에 정서적 위안과 합리화를 제공한다. 그리고 국가 간의 경계가 무너지면서 과거에 대한 기억은 일국적인 차원에 머물지 않는다. 기억은 자신의 과거뿐 아니라 타자의 과거로까지 침투해 들어가며 기억하는 행위를 통해 자아와 타자간의 관계가 재구성된다. 그런 점에서 볼 때, 범동아시아적 차원에서 소비되는 한류 현상에 노스텔지어의 정서가 공통적으로 깃들여 있는 것은 단순한 우연으로 보이지 않는다. 일본의 경우와 마찬가지로, 중국에서 한국의 드라마가 크게 환영받는 가장 큰 이유는 그것이 중국인의 과거를 기억하게 한다는 점이다. 그 주요한 요인들을 들여보면, 부모를 공경하고 남녀 간에 예를 지키는 윤리적 측면이 가장 크게 거론된다. 경제발전 속도의 순서로 보더라도, 중국인이 한국 문화를 통해 과거에 대한 향수를 느낀다는 것은 언뜻 보아서 잘 이해되지 않는다. 그러나

18) 다케우치 요시미/서광덕·백지운 역, <방법으로서의 아시아>, 《일본과 아시아-다케우치 요시미 평론집》 소명, 2004.

노스텔지어가 앞서 말한 것처럼 과거에 대한 향수가 아니라 자본주의적 근대화에 대한 문화적 욕망이라는 점을 상기한다면, 오늘날 빠른 속도로 자본주의적 전지구화에 편승하고 있는 중국 사회가 한류를 통해 노스텔지어를 향유하는 현상은 결코 이상한 일이 아니다.

‘한류’라는 용어는 1999년 문화관광부가 한국가요의 홍보용 음반으로 제작한 CD의 중국 제목 ‘韓流-Song of Korea’에서 나온 말이 ‘서울음악실’을 통해 상하이, 광저우 등 중국의 10개 도시로 전파되면서 시작되었다. 처음 음악에서 시작된 이 용어는 1997년부터 ‘별은 내 가슴에’, ‘사랑이 뭐길래’ 등 TV드라마를 통해 본격적으로 전파되었다. 그러나 일본과 달리 중국에서는 정부의 엄격한 제한 속에서 한국의 드라마가 수용되었고, 수용자층의 구매능력과 광고주의 관심사, 그리고 방송시간대의 제한된 편성 등 여러 가지 측면에서 장애요인이 있었기 때문에, 2000년대 초반만 하더라도 한류 현상이 장기적으로 이어지지 못할 것이라는 비관적 전망이 적지 않았다.¹⁹⁾ 그런데 이러한 부정적 진단을 비롯이라도 하는 듯이 2005년에 방영된 ‘대장금’은 중국에서 한국문화에 대한 전례없는 열풍을 불러 일으켰다.

중화권에 ‘대장금’이 처음으로 방영된 것은 홍콩에서였다. 2005년 4월과 5월에 걸쳐 공중파 페이쑤이타이(翡翠臺)에서 ‘대장금’을 방영했고 이어 타이완의 화위타이(華娛臺)에서 보통화 버전으로 황금 시간대에 방영되었다. 그러나 신호의 제한으로 인해, 대륙에서는 오직 상하이와 광둥 등 제한된 지역에서만 이 두 방송국을 통해 ‘대장금’을 볼 수 있었다. 그 후 후난 위성방송국이 타이완의 8대 방송국의 중개와 중국 정부의 복잡한 심의 수속을 통해 ‘대장금’을 중국 본토로 들여왔다. 저녁 7시에서 10시 사이 즉 황금시간대를 피한 저녁 11시에 방송되었음에도 불구하고, 2005년 9월 1일 첫 방송 후 전국 12개 중심도시에서 ‘대장금’의 평균 시청률은 2.44퍼센트에서 10.86퍼센트로 늘어났다. 비황금시간대에 10퍼센트를 넘었다는

19) 이지한·허진, <‘한류’ 현상과 한중 문화교류>, 《중국연구》 제 30집, 2002, 504-507쪽.

것, 그리고 심지어 황금시간대 드라마의 시청률을 넘었다는 것은 근년 이래 중국에서 볼 수 없는 이례적인 현상이다.²⁰⁾ 대장금에 대한 이같은 열풍은 중국 내에서 한류에 대한 거부와 혐오증까지 불러 일으켰으며, 그것은 성룡과 쟁귀리(張國立) 등 중화권 스타 배우들의 공개적인 반한류 발언으로 이어지기도 했다.²¹⁾ 그러나 이같은 거부감에도 불구하고 '대장금'의 인기는 좀처럼 사그라지지 않아, 최근 중국에서는 한국음식, 한국복장에 대한 애호가 나날이 커져가고 있으며 심지어는 한복을 입고 결혼사진을 찍는 신혼부부들까지 생겨나는 상황이다.

이 절에서 필자가 주목하고자 하는 것은 궁중음식과 의술이라는 한국의 전통문화를 소재로 한 드라마 '대장금'이 중국에서 소비되는 특정한 맥락에 관한 것이다. 2005년 9월부터 2006년 1월 사이 중국의 포탈 전문 사이트 Sina에 올라온 신문기사와 칼럼 등을 분석한 결과, '대장금'에 대한 중국인의 반응에서 보이는 흥미로운 특징을 발견할 수 있었다. 그것은 중국의 시청자들이 '대장금'에 나타나는 한국의 전통문화를 자신의 전통문화와 동일시한다는 사실이다. 사실 그런 면에서 친한류와 반한류는 일맥상통한다. 즉, '대장금'은 오사(五四) 이래 줄곧 서구문화에 의해 억압당하고 부정당하면서 억눌려 온 전통문화에 대한 중국인의 콤플렉스를 자극함으로써, 한국 문화에 대한 반감과 환영을 동시에 불러일으킨 것이다. 중국 사회과학원 아태(亞太) 연구소의 리윈은 <'대장금'이 '뿌리'의 사고를 촉발시켰다>라는 글에서 다음과 같이 말한다

전지구화를 향해 나날이 발전하는 오늘날 서방문화와 동방문화가 한 곳에서 만부딪쳤다. 미국을 대표로 하는 서방문화는 전세계를 완전히 석권했다. 성숙하고 체계적인 자본의 상업화 운용을 통해, '개성 강조', '자아 찾기', '자유와 민주의 추구'를 선양하는 미국식 서양문화는 전 세계 각지로

20) <我愛長今> <南方日報> 2005.12.28. <http://ent.sina.com.cn>.

21) 쟁귀리(張國立)는 한국의 드라마 방영을 '문화침입'으로 규정하고 중국 방송국이 한국 드라마를 방영해서는 안 된다고 주장했다. <http://ent.sina.com.cn> 2005.9.30.

침투했다. 그러나 장기적인 시각에서 볼 때 문화의 다양성은 존재하며 주류문화가 비주류문화를 쉽게 소멸시키지 못했다. ‘대장금’은 맥도날드와 코카콜라를 먹고 자란 동양의 신세대들에게 크게 어필했다. 어떤 문화든 진선미를 추구한다는 점에서 인류의 문화는 공통점을 가진다. 한국문화의 연원과 그 발전은 사실 중국대륙을 대표로 하고 유교문화를 근본으로 하는 대중화문화권(大中華文化圈) 안에 속해 있다. 그렇기 때문에 대장금에서 전개된 우아한 전통적 한국문화가 중국 관중에게 중화전통을 훨씬 더 많이 연상시킨 것이다.²²⁾

인용문에서 보이듯이 ‘대장금’ 속의 한국 문화는 중화문화와 동일시되고 있다. ‘대장금’으로 표상되는 한국문화는 중국인에게 이문화가 아닌 자문화의 일부로 인식됨으로써 나르시시즘적으로 소비된다. 그런데 이러한 소비의 배후에는 더 중요한 문맥이 깔려 있다. 중국에서의 ‘대장금’ 열풍은 단순히 한국과 중국이라는 양자 간의 관계 속에서 읽혀서는 안 된다. 그것은 중국과 서양, 나아가 전지구적 자본주의의 근대화의 궤도 위에 편승하면서 흔들리고 상처받은 중국인의 정체성의 회복이라는 문맥에서 분석되어야 한다.

인터넷 게시판을 통해 중국인이 ‘대장금’을 좋아하는 요인들을 살펴보면, 그 중 가장 빈번히 언급되는 것이 ‘인’, ‘의’, ‘효순’, ‘경애’, ‘충성’ 등 유가전통을 대표하는 단어들이다. 그런데 이러한 유가적 전통 요소들은 전통 그 자체에 대한 중국인의 애호로써가 아니라, 전통적 윤리도덕이 현대사회에서 어떠한 긍정적인 효과를 발휘하는가를 입증함으로써 그 존재 가치를 확인받는다. 이를테면 상하이 대학 영상예술과 주임 진단위엔(金丹元)은 ‘대장금’의 스토리 구조가 착한 사람이 억울한 고통을 당하는 운명적 비극이라는 중국 전통 소설의 이야기 구조를 따르고 있다고 말하면서, 이같은 전통적 이야기 구조가 현대의 서구적 추세를 모방하는 텔레비전 드라마보다 훨씬 더 대중의 구미에 맞음을 증명했다는 논의로 끌고 나간

22) 李文, <‘大長今’引發‘根’的思考> <http://ent.sina.com.cn> 2005.9.26

다.²³⁾ 말하자면 현대 사회에서 대중과 시장의 구미에 적합한 것이 서구적인 것이 아니라 전통적인 것임을 '대장금'이 증명했다는 것이다. 비슷한 논의가 남녀간의 사랑을 표현하는 방식에서도 나타난다. 민정호와 장금의 사랑은 극 중에서 윤리적 거리를 두고 상당히 절제되면서도 예뻐하게 그려지고 있는데, 이러한 전통적인 애정 표현은 성과 애정을 노골적이고 직설적으로 표현하는 최근 중국의 트렌디 드라마들과 대비되면서, 정서적으로 중국의 관중들에게 훨씬 더 많은 공감을 얻어냈다. 현대적이고 서구화된 애정표현보다 전통적인 절제된 감정표현이 더 미적인 것으로 인지됨에 따라, 이러한 인식은 자연스럽게 중국의 오천년 역사와 문화의 가치를 추억하고 회고하는 것으로 이어진다.

그런데 앞서 일본의 홍콩열이나 한류에서 보였던 바, 과거에 대한 노스텔지어가 근근대에 대한 향수가 아니었던 것과 마찬가지로, 중국인이 '대장금'을 통해 전통문화를 회고하는 것이 오늘날 빠른 속도로 진행되는 근대화의 추세를 반성하거나 부정하는 것이 아니라는 점이 중요하다. 오히려 반대로 전통문화에 대한 이같은 노스텔지어는 근대화·세계화를 향해 앞만 보고 달려온 중국인들에게 잠깐 동안의 정신적 위안과 쉼 공간을 제공함으로써, 근대화가 가져온 잔인한 현실에 대한 의도적 회피와 비호의 공간을 마련한다.²⁴⁾ 외부의 온갖 음해에도 불구하고 임금과 나라에 대한 충성과 주변사람에 대한 신의를 잃지 않고 굳건하게 살아가는 장금의 삶에 울고 웃으면서, 중국인들은 인정이 각박해지고 냉정한 경쟁논리만이 살아남은 작업장에서 자신이 겪었던 간난한 역정을 떠올리며 스스로를 장금과 동일시한다. 장금의 미덕은 주변의 술한 경쟁 속에서 용서와 화해의 신조를 잃지 않았다는 점인데, 장금의 이같은 선량함과 자애로움은 강호(江湖)의 은원(恩怨)과 복수 그리고 암투로 점철된 중국의 무협드라마나 역사극과 선명한 대비를 이루면서, 고속 경제발전 과정에서 각종 경쟁의

23) <'大長今'如何吊起觀衆胃口> <浙江日報> <http://ent.sina.com.cn> 2005.9.15

24) 현대 중국 대중문화 중의 노스텔지어 현상에 대한 자세한 분석으로는 다이진화/백지운 역, <상상된 노스텔지어>, 《문학수첩》 2005년 봄호 참조.

압력을 받아 온 중국 관중에게 영혼의 위로를 주는 양약이 된다. 이처럼 장금에게서 묻어나는 전통적인 윤리와 문화적 향기는 중국인에게 근대화 과정에서 억압당해 온 자신의 문화적 자존심을 회복하게 해 줄 뿐 아니라, 동시에 근대화된 사회에 더 잘 적응하고 버틸 수 있는 힘의 원천을 제공하기도 하는 것이다.

이처럼 ‘대장금’의 가장 큰 의미는 전지구적 자본주의 시대에 중국인의 문화적 정체성을 회복하게 해 주었다는 데 있다. ‘대장금’은 중국인에게 사실상 낯선 한국의 문화를 보여주고 있음에도 불구하고 중국의 시청자들은 그것을 자문화로 소비한다. 중국의 어느 인터넷 신문 기사에서는 중국의 ‘대장금’ 효과를 ‘낮설게 하기’ 효과로 설명했다. 자신에게 익숙한 전통 문화가 한국의 배우, 한국의 영상을 통해 재현될 때, 일종의 ‘낮설게 하기’ 효과에 의해 중국인에게 미적으로 다가온다는 논리이다. 즉, 중국인들은 ‘한류’가 한국적 포장에 의해 상품으로 가공된 중국문화라고 본다²⁵⁾ 그럼에도 불구하고 한류에 가치가 있는 이유는, 그것이 현대사회에서 생존능력을 상실하여 내쳐졌던 자신의 문화를 상품적으로 매우 가치 있는 문화로 재포장했기 때문이다. ‘대장금’이 중국인들 사이에서 열렬한 환영을 받았던 것은, 그것이 동아시아 지역의 성공한 문화상품의 원천이 바로 자신의 문화였다는 발견을 통해 아시아 지역 내에서 중국인의 문화적 위치를 재확인할 수 있게 해 주었다는 데 있다. 중국인들은 스스로 억압하고 부정해 온 자신의 문화적 과거를 정시하고 그로부터 미래의 답안을 마련할 수 있다는 확신을 얻게 된 것이다. 이러한 위치의 재확인 은 나아가 서구와의 오랜 경쟁 구도 속에서 다시 한 번 중화문명의 자신감을 회복하고, 비단 동아시아 역내뿐 아니라 전지구적 차원에서 자신의 문화적 정체성을 확인하게 한다. 개혁개방 이래 중국이 자신의 문화적 전통을 헌신짝처럼 내버리고 홍콩과 타이완 식의 서구적 취향의 문화상품을 만드느라 급급할 때, 한국은 대담하게 자신의 전통문화를 상품화하여 그 경쟁력을 인정받

25) <長今爲什麼這麼紅?> <新民周刊> <http://ent.sina.com.cn>. 2005.9.28.

았다. 그것을 통해 입증된 것은 전통문화가 전지구적 자본주의의 근대 사회에서 서구 문화에 대해 경쟁력을 가진다는 점이며, 따라서 중국인은 더 이상 서양에 대해 문화적으로 콤플렉스를 가지지 않아도 된다는 사실이다.

IV. 한류의 양면

이제까지 한류가 중국과 일본에서 소비되는 과정에서 환기된 '아시아'상을 비판적으로 조명했다. '아시아'가 문화 담론으로 변할 때 가장 경계해야 할 것은 아시아 내부의 다양한 차이의 문화들이 특정한 자아-타자 구조에 의한 위계질서 하에 구획되기 쉽다는 것이다. 아시아 문화를 대표하는 말로 한자문화권, 유교문화권 같은 말이 자주 거론되지만, 이러한 말들은 동아시아 지역 내의 살아 움직이는 다양하고 이질적인 문화들이 서로 경쟁하고 뒤섞이고 갈등하는 현상들을 설명하지 못한다. 이욱연은 근대 이후로 동아시아 지역의 문화는 상호 동질성보다 이질성이 더 강해졌고, 한국인과 중국인, 일본인과 그 문화 사이에 소통가능한 문화적 코드는 거의 존재하지 않는다고까지 말하고 있다.²⁶⁾ 다소 극단적인 주장이긴 하지만, 현행하는 동아시아문화 혹은 아시아문화에 대한 논의 속에 들어 있는 바, 차이나 이질성보다 공통성이나 동질성을 전제하는 경향에 대한 비판만큼은 적절해 보인다. 그러한 경향은 중심과 주변이라는 위계구조를 수반하면서 사실상 타문화에 대한 폐쇄성을 더 강화한다.

한류가 동아시아 전역으로 확산되면서 내셔널한 경계를 넘어서는 '지역 문화'가 형성되는 것처럼 보이지만 사실상 한류 소비의 메카니즘이 보여주는 것은 국경을 넘어선 문화유통을 통해 사실상 자문화의 정체성에 대한 강한 욕망들이 끊임없이 재생산되고 있다. 본문에서 살펴보았듯이, 일본과 중국에서의 한류소비는 전지구적 자본주의의 흐름 속에서 동아시아 지역 내 자신의 문화적 정체성을 확인함으로써 자아 중심의 위계질서를

26) 이욱연, <동아시아 위기와 문화 교류> 중앙대학원신문 2005년 3월 23일자.

확인하고자 하는 욕망을 보여준다. 일본의 경우 문화적 타자였던 한국을 자아의 영역 안으로 끌어들이는 조정 과정을 통해 자아, 즉 자본화되고 발전한 아시아의 상을 다시 한 번 확인했다면, 중국의 한류 소비과정에서 나타난 것은 한국문화를 중화문화권 안으로 편입함으로써 동아시아 역내에서 중국문화의 중심적인 위치를 재정립하고 나아가 전지구적 차원에서 중국 문화의 입지를 확보하고자 하는 욕망이다.²⁷⁾

결국, 중국과 일본 양자의 한류 소비 현상으로부터 다음 몇 가지의 공통점이 추출된다. 첫째는 타문화에 대한 나르시시즘적인 소비를 통해 자문화에 대한 정체성을 확인하고 강화하고자 한다는 것이고, 둘째는 그 과정에서 이문화간의 차이나 다양성이 아닌 동질한 위계구조를 띤 ‘아시아 문화’가 상상되고 재생산된다는 점이다. 그리고 마지막으로 중요한 점은 그러한 자아정체성에 대한 욕망, 아시아문화에 대한 상상이 세계화를 향한 욕망과 긴밀하게 맞물려 있다는 점이다. 아시아에 대한 노스텔지어적 정서는 이처럼 각자의 자기 정체성의 확인과 세계화를 향한 문화적 욕망을 재현한다. 바로 이것이 한류가 동아시아 지역 내 소비와 재생산의 내면논리라고 할 때 우리가 물어야 할 것은 아시아 공통의 문화가 어떤 것인가 아니라 그것을 말하는 언설 구조 속에서 무엇이 이야기되는가, 그리고 그것이 이야기되는 과정 속에는 어떠한 욕망의 구조가 작동하고 있는가 하는 점이어서 한다.

27) 한류를 통해 중화문화권의 위치를 강화하는 이같은 경향은 홍콩의 대장금 소비 과정에서도 마찬가지로 드러난다. 에인절 린(Angel Lin)은 홍콩의 대장금 웹로그를 분석한 논문에서, 홍콩 네티즌들이 한국 드라마 담론을 통해 중국인을 아시아에서 가장 상위이자 특권화된 위치에 배치함으로써 중국중심적/홍콩중심적 정체성을 드러냈으며, 이러한 담론적 실천은 ‘대중문화권 담론을 재생산하는 데 기여한다고 주장하고 있다. Angel Lin & Avin Tong, “Constructing Cultural Self and Other in the Internet Discussion of a Korean Historical TV Drama: A Discourse Analysis of Weblog Messages of Hong Kong Viewers of Dae Jang Geum”, 2005년 11월 10일 성공회대학교 동아시아 연구소 콜로퀴엄 ‘동·동남아시아 대중문화에서 대중적 민족주의와 그 불만들’의 발표문. 미간행 원고를 인용하도록 허락해 준 저자에게 감사를 표한다.

그러나 이러한 비판이 동아시아 대중의 한류의 소비 속에 잠류해 있는 복수의 점선들을 단선화시켜서는 안 될 것이다. 에인절 린은 홍콩의 대장금 소비 속에 나타난 중화중심주의를 비판하면서, 중화중심주의가 국가 이데올로기 차원에서만이 아니라 민간의 차원에서도 함께 나타나고 있다는 점에서 그 심각성을 강조했다.²⁸⁾ 본고의 비판 역시, 한류라는 문화현상을 둘러싸고 대중의 욕망을 암암리에 주도하는 국가의 이데올로기적 측면 쪽에 초점을 맞춘 것이다. 공영 방송국이며 대중적인 드라마보다는 교육적인 드라마를 주로 방영하는 NHK에서 '겨울연가'를 비롯하여 한류 보급에 앞장 선 것이나, 강력한 통제권을 쥐고 있는 중국 정부가 한류를 사실상 의도적으로 도입하는 현상을 보더라도, 그러한 혐의를 엿보는 것은 무리가 아니다. 그러나 그렇다고 해서 한국 문화를 소비하는 대중의 논리를 모두 국가 이데올로기와의 공모라는 식으로 전일하게 보는 것 역시 또 다른 편향이거나, 그러한 비판은 한류가 갖는, 혹은 잠재적으로 가질 수 있는 긍정적인 가능성의 싹을 아예 잘라 버리는 우를 범할 수 있다.

대중의 문화 행위에는 명쾌하게 설명할 수 없는 다양한 욕망이, 때로는 역설적이고 비논리적인 방식으로 돌출한다. 다시 말해, 네티즌의 인터넷 글이나 인터뷰 같은 표면적 텍스트에 잘 드러나지 않는 욕망의 컨텍스트를 함께 읽어야 한다는 것인데, 그것은 한국 문화에 대한 즉자적 환호나 반발 배면에 깔린, 무엇이 한국이라는 작은 나라에서 이러한 문화적 힘을 가능하게 하였는가에 대한 의문과 관심 속에 있다. 일례로 홍콩의 주간지 《아주주간(亞洲週刊)》은 한류의 요인을 '민주화와 산업화로 결론지으면서, 한류의 성공을 한국 사회 전반의 민주적 수준과 문화를 산업으로 결합한 문화정책의 승리로 설명하는 기사를 냈다.²⁹⁾ 이런 진단은 민주화=자본주의화라는 근대주의적 전제를 깔고 있다는 점에서 설불리 수락할 것은 아니지만, 그렇다고 해서 80년대 이래 다양한 버전으로 지속적으로 확장

28) Angel Lin & Avin Tong, *ibid.*

29) 《亞洲週刊》 2005년 10월 23일자. 김태만, <한류: 관용의 문화학>에서 재인용. 미간행 원고를 제공해 준 저자에게 감사한다

해 온 시민혁명의 경험을 결여한 중국이나 홍콩 등의 대중이 한국사회의 ‘민주화’에 대해 갖는 환상(혹은 욕망) 자체를 근대주의적이라 매도할 수는 없다. 아닌 게 아니라, ‘겨울연가’와 같은 멜로드라마와 달리 ‘대장금’의 경우는 한국 시민사회의 성숙함이라는 배경을 빼고는 생각하기 힘든 측면이 있다. 영웅중심주의, 남성중심주의적 역사극에서 이제껏 주변화되거나 삭제되었던 천민 여성이 주인공으로 나오는 사례는 한국의 경우에도 새롭거나, 일본이나 중국의 역사극에서는 더더욱 상상하기 어려운 컨셉이다.³⁰⁾ 그렇게 본다면, 대국민담게 한국의 드라마가 중화문화를 훌륭하게 보존하여 상품화하였다고 호방하게 받아들이는 중국 대중의 겉모습 뒷면에는 자문화에 결여한 바, 소수자와 하위자들이 열어낸 새로운 차원의 대중문화를 향한 시선이 깔려 있다고 볼 수 있지 않을까.

한류를 매개로 아시아적인 것, 동양적인 것에 대한 담론이 부상하는 것 역시 복수의 면을 가지고 있다. 본문에서 논했듯이 그것은 자문화의 정체성을 확인하고자 하는 강한 욕망의 표출이지만, 그 뒷면에 깔린 것은 전 지구화시대 세계화의 추세로 인해 나날이 좁아져가는 자문화의 존립에 대한 불안과 초조감이다.³¹⁾ 그렇게 본다면, 한류를 타고 등장한 아시아 노스텔지어 역시, 각 국민국가들의 내셔널리즘과 결합한 자문화중심주의라는 부정적 측면에 가둬 두고 볼 것은 아니다. 서구라는 ‘보편 문화’에 의해 대중의 감수성이 전지구적으로 균질화되는 형세를 ‘지역성(regionality)’을 매개로 돌파해 낼 가능성을 읽어내는, 한류에 대한 적극적인 독해가 필요

30) 최원식은 ‘다모’(2003)에서 시작하여 ‘대장금’(2004)에서처럼, 궁중암투극으로 시종하던 기존 역사물에서는 전경(前景)으로 나서기 어려운 다모나 궁녀, 의녀 같은 ‘하위자(subaltern)’들이 드라마의 축으로 떠오른 것은 중세 기사도 소설이 근대 부르주아 서사시로 이행한 변화에 준한다고 평한다. 최원식, <남과 북의 새로운 역사감각들-김영하의 《검은 꽃》과 홍석중의 《황진이》>, 《창작과 비평》 2004년 여름호, 48쪽.

31) 《최근 일본에서의 이와나미 출판사의 일본어 연습장》이 밀리언셀러가 된 현상은 영어가 인터넷 언어의 80% 이상을 차지하는 ‘영어증후군’ 속에서 일본 대중이 갖는 불안과 초조함을 반영한다. <일본 방송에 ‘모국어 열풍’> 《한겨레 신문》 2005년 10월 30일자

하다. 다만 그렇게 되기 위해서는 한류가 오로지 한국(인)의 것이라는 폐쇄적인 문화우월주의나 문화민족주의를 버리고, 아시아의 이웃을 상품을 팔아 줄 소비자가 아닌 문화적 동반자로 인식하는 개방적이고 반성적인 자세가 선행되어야 할 것이다.

<參考文獻>

- 조한혜정 외, 《한류와 아시아의 대중문화》 연세대학교출판부, 서울, 2004.
- 장수현 외, 《중국은 왜 한류를 수용하나》 학고방, 서울, 2004.
- 백원담, 《동아시아의 문화선택, 한류》, 팬타그램, 서울, 2004.
- IFAC 정책보고서, 《한류의 파급 효과와 인천 연계 방안》, 인천문화재단, 2006.2.
- 채지영, 《일본 한류 소비자 연구-한류 마니아와 일반 소비자의 소비 행태를 중심으로》, 한국문화관광정책연구원, 2005.
- 박재복, 《한류, 글로벌 시대의 문화 경쟁력》, 삼성경제연구소, 2005.
- 함한희·허인순, 《겨울연가와 나비 환타지-일본 한류를 만나보다》 소화, 서울, 2005.
- 다케우치 요시미/서광덕·백지운 역, 《일본과 아시아-다케우치 요시미 평론집》 소명, 서울, 2004.
- 김현미 외, 《글로벌 시대의 문화번역》 또 하나의 문화, 서울, 2005.
- 毛利嘉孝 編, 《日式韓流-冬のソナタと日韓大衆文化の現在》 セリカ書房, 東京, 2004.
- 히라타 유키에, 《한국을 소비하는 일본-한류, 여성, 드라마》 책세상, 2005.
- 이치한·허진, <'한류' 현상과 한중 문화교류>, 《중국연구》 제30집, 2002.
- 최원식, <남과 북의 새로운 역사감각들-김영하의 《검은 꽃》과 홍석중의 《황진이》>, 《창작과 비평》 2004년 여름호,
- 다이진화/백지운 역, <상상된 노스텔지어>, 《문학수첩》 2005.봄호.

- 이옥연, <동아시아 위기와 문화 교류> 중앙대학원신문 2005년 3월 23일자.
Iwabuchi Koichi, "Nostalgia for a Different Asian Modernity,"
Position 10:3 Winter, 2002.
- Lin, Angel & Tong, Avin, "Constructing Cultural Self and Other
in the Internet Discussion of a Korean Historical TV Drama:
A Discourse Analysis of Weblog Messages of Hong Kong
Viewers of Dae Jang Geum", (미간행 원고)
- 김태만, <한류: 관용의 문화학>(미간행 원고)
<http://ent.sina.com.cn> (2005.9~2006.3)
- Korean Wave 2004 in Beijing, <국정브리핑, 2004.7.19>
<매일경제신문>2004.12.21 일자
<한겨레신문> 2005.10.30 일자

<中文提要>

本文是以在中国和日本韩剧-尤其是‘冬天恋歌’和‘大长今’-的消费为中心来批判的分析,在东亚临近国家的韩流消费中被召唤的‘亚洲怀念’现象。在韩流现象当中,所谓‘东亚文化’或者‘亚洲文化’之类的词汇在经常被提到,可是这样的词汇很难抓住东亚区域之内多样的异质的文化之间,互相竞争,混容,挣扎的现象。即使看起来似乎通过韩流的全东亚的扩展,正在形成超越国境的区域文化(regional culture),其实我们却发现通过跨越国境的文化流通,事实上向自文化认同的欲望不断地再生产。从中国和日本的韩流消费现象,我们会抽出到几个共同点:第一,他们把他文化自恋地(narcissistic)消费,来要确认或强化自文化的身份。第二,在其过程当中,在不同的文化之间,具备同质性等级的‘亚洲文化’被想象和再生产起来。最后,自我认同的欲望和亚洲文化想象,与尚世界化的欲望在紧紧地吻合。这样,怀念亚洲的情绪表现出,要确认自己身份和参与世界化的文化欲望。

但是, 以汉流媒介来浮现关于亚洲或东亚的话语, 也就隐含着相反的两面: 它既是要确认自文化认同的强烈的欲望, 又在其背面隐藏着在全球化时代对于越来越淡薄的自文化的不安和焦虑。因此, 我们需要对韩流进行积极的阅读, 而阅读到以'区域性'为媒介来, 突破西方这个普遍文化把全球大众感性均质化的形势之可能性。

주제어 : 아시아노스텔지어, 한류, 겨울연가, 대장금, 지역문화, 한국드라마, 동아시아문화, 아시아문화

K C I