

한류는 장차 교육 및 사회여건에 의해 창출될 것이다

서연호 고려대 교수

culture art

한국의 TV 드라마 <겨울 소나타>가 일본에서 온사마 붐과 함께 한류 열풍을 몰고 왔다. 그러나 한류 열풍이 계속되고 있다고 해서 일본 사람들이 한국에만 관심을 두고 있다고 생각할 수 없다. 한류의 지속을 위해 우리는 한류 붐의 공로자들이 더 열심히 연구하고 창작하고 개발할 수 있는 여건을 마련해 주어야 한다.

한류 열풍속의 일본

일본에서는 배용준을 극존칭으로 '온사마'라 한다. 지난 11월 9일 오후 6시, MBC 방송의 '화제집중'에서는 '14명의 온사마'라는 내용이 방영되었다. <겨울 소나타>(필자는 이 제목이 <겨울연가>보다 낫다고 생각한다)라는 작품에 감동한 일본 청년 14명이 일제히 배용준 스타일의 머리와 복장을 한 채 우리나라에 나타난 것이다. 그들은 춘천과 남이섬 일대를 답사하며 기념사진을 찍고, 여기저기서 음식을 맛보는가 하면, 미장원에 들어가 헤어 스타일도 손질하면서 바쁜 일정을 보내고 귀국했다. "최지우를 만나고 싶다"고 수다를 떨기도 했다. 그들이 특히 돋보인 것은 일반적인 '온사마 관광객'이 아니라 이채로운 온사마 스타일 분장 때문이었다.

좀 풍자적인 표현이지만 일본에는 '온겔계수', '온사마 인플루엔자', '온사마 거지', '온사마 이혼'이라는 말이 유행하고 있다. 식비가 가계지출 중에서 차지하는 비율을 온겔계수라고 하는데, 배용준을 좋아하는데 드는 가계지출을 비유하여 '온겔계수'라고 한다. 인플루엔자는 열이 심한 돌림감기를 일컫는데, 배용준을 열렬히 좋아하는 징후를 '온사마 인플루엔자'라고 부른다. 그동안 배용준과 관련된 행사가 적지 않았는데, 그런 행사에 쫓아다니다 지축한 돈을 탕진한 사람을 '온사마 거지'라고 한다. 배용준에 대한 일본 여성들의 지나친 관심이 도화선이 되어 이혼한 부부도 있는데, 이를 이른바 '온사마 이혼'이라고 한다.

국내 및 일본에서 열린 배용준 참석 파티에서 함께 찍은 사진이나 그에게서 받은 친필 서명을 일본인들은 누구나 가보(家寶)로 생각하고 있다. 그렇지는

못하더라도 그의 걸개사진이나 입간판사진 곁에서 찍은 사진, 혹은 <겨울 소나타>의 촬영지를 찾아가서 찍은 기념사진 역시 자랑스럽게 여기는 사람들이 많다. 대학생, 고등학생을 비롯하여 한글을 배우려 하는 일반인들의 수요는 수년간 꾸준히 증가해 왔다. 일본에서 출판된 수십 가지의 한글교재 중에서 최고로 인기 있는 것은 『겨울 소나타』로 배우는 한글교재이다. <겨울 소나타> 종영 이후 이 한글교재는 10만 부 이상 팔렸고, 한국어를 제2외국어로 선택한 고등학교는 247개교가 될 정도로 한글은 영어와 중국어 다음으로 많이 배우는 외국어의 위상을 차지했다.

NHK 방송연구소의 조사에 의하면, 남녀 연령별 차이 는 있지만 남자는 전체인구의 87.4%, 여자는 94.4%가 <겨울 소나타>를 인지하고 있다. 또한 남자는 29.2%, 여자는 46.6%가 이 작품을 시청했다. 특히 50대 여성은 56%가 시청할 정도로 인기가 높았다. 동일한 작품을 채널과 버전을 바꾸면서 지속적으로 방영한 사례는 일본에서도 초유의 일이었다. 일본 제일생명경제연구소에 의하면, 이 작품이 한일 양국경제에 미친 영향은 2조 4천억 원이 넘는다고 한다.

이처럼 온사마의 인기는 좀처럼 가라앉을 줄 모른다. 이런 가운데서 지금 새로운 <대장금> 바람이 몰아치고 있다. 비단 일본만이 아니라 필자가 최근에 다녀본 중국의 도시들도 <대장금> 인기로 온통 아단이다. 말하자면, 지금 아시아는 <대장금> 시대 라고 할 수 있다. 이 작품 역시 일본에서 채널을 수차례 바꾸고, 버전을 바꾸면서 지속적으로 방영되고 있다. 광고시장에서 배용준의 인기에 못지않게 이영애가 크게 부각되고 있다.

NHK 방영이 매회 끝나고 나면, '대장금 요리' 시간이다. 작품에 나온 궁중요리 하나하나를 한국 요리전문가와 상궁역의 양미경이 해설을 곁들여 직접 만들어 내놓는다. 차근차근 프로그램을 진행하고 있어서 누구나 만들기 쉽고 영양가 높은 요리로 인식된다. 때로는 시식회도 열어 시청자들의 군침을 삼키게 한다. 이런 프로의 파급효과는 일본 도시마다에서 '대장금 요리' 강습회의 붐을 몰고 왔다. '맛 좋고 영양 좋은 최고의 궁중요리'



위 · 한류 열풍을 몰고온 한국의 TV 드라마 <겨울연가>/ 아래 · <대장금>

로서 주부들은 이 요리를 만들 줄 알아야 가정에서 큰 소리를 낼 수 있다.

온갖 야채와 양념, 산나물과 약용식물, 고기와 생선을 가지고 만든 한국요리들은 식당에서도 물론 인기가 높고 비싸다. 지금 웬만한 시골 식당에 가도 비빔밥이라는 메뉴를 찾을 수 있을 정도로 전국적인 변화를 일으켰다. 취향에 따라 고추장이나 양념간장을 넣어 비빈다. 또한 일본김치보다 한국김치가 맛은 좋지만 훨씬 비싸기 때문에 자주 먹을 수 없다는 사람들도 만나 보았다. 냄새 때문에 마늘을 먹지 않던 일본에서 지금은 구운 마늘이나 가루마늘을 상식하는 사람들도 쉽게 찾아볼 수 있다. 최근 수년간 '한국인들의 건강과 활력은 음식문화에서 나온다'고 믿는 일본인들을 어디서나 대면할 수 있다.

한국에 대한 인식의 변화

1984년 첫 번째 외국인 교수생활을 할 때, 필자가 교수 신분임에도 불구하고 일본인들이 나와 자주 부딪히거나

〈겨울 소나타〉의 온사마의 인기는 좀처럼 가라앉을 줄 모른다. 이런 가운데서 지금 새로운 〈대장금〉 바람이 몰아치고 있다. 비단 일본만이 아니라 필자가 최근에 다녀본 중국의 도시들도 〈대장금〉 인기로 온통 야단이다. 말하자면, 지금 아시아는 ‘대장금 시대’라고 할 수 있다.

The Korean Wave

다정하게 대화하는 것을 기피한다는 인상을 받았다. 분위기가 그러하니 나도 그들과 서먹하게 지냈다. 또한 조총련계 사람들을 대면하는 것을 피해야 했으므로, 자연 민단계 동포조차 건성으로 상대하였다. 사실은 누가 민단계인지 누가 조총련계인지 알 수 없었기 때문이다.

1년 근무하는 동안 술한 동포와 명함을 주고받았지만 화근을 염려하여 대부분 즉시 없애버렸다. 그리하여 필자를 극진히 격려해준 동포를 이제는 찾고 싶지만 주소를 몰라 어쩔 수 없다. 그 사람이 볼 때는 배은망덕한 한국인이 된 것이다. 당시 필자의 위상은 일본인, 민단계, 그리고 조총련 사이에서 안절부절 못하는 고독한 지식인이었다.

2000년에 다시 외국인 교수생활을 할 때, 한국인에 대한 일본인들의 인식이 크게 바뀐 것을 피부로 느낄 수 있었다. 어디에 가나 친절히 맞이해주고 이야기 나누기를 즐겼다. NHK 한글강좌를 들으며 한글을 배우는 사람들도 많았고, 대학마다 한글강좌가 인기였다. 나를 보면 ‘만나서 반갑습니다’라고 우리말로 인사하고, 최근에 한국에 잘 다녀왔다는 체험담을 서슴없이 늘어놓기도 했다. 심지어는 한국 현실에 빗대어 자국 일본을 폄하하거나 비판하는 발언까지 터져 나왔다.

지난 10월 1일 필자는 천리대학에서 개최된 조선학회에서 강연했다. 20년 만에 천리대학의 강단에 다시 선 것이다. 50여 명은 다녀갔고, 150여 명은 강연이 끝난

후 기념만찬회에 참여했다. 일본인, 민단계, 총련계, 한국계 구분 없이 일본어와 한글을 섞어 가며 늦도록 마시고 편안하게 이야기했다. 거기 모인 회원들 가운데서, 한국에서 오거나 일본에 체류 중인 한국계들의 목소리가 그중 크게 들렸고, 기고만장한 태도였다. 일찍이 찾아볼 수 없던 현상이었다.

아시아가 변했다. 세상이 온통 변한 것이다. 목소리와 모습을 감추며 지내야 했던 20년 전을 상기하면 변해도 너무 변해 버렸다. 일본인 제자 교수가 나에게 말했다. “‘온사마 봄’으로 인해, 한국에 친구가 있는 사람들은 이웃 사람들에게 자랑하며 산다. 한국의 명승지를 보고 나면 영광스럽게 느낀다. 한국김치나 고추장을 선물 받으면 귀한 것으로 여긴다. 만일 한국 대학에서 초대를 받아 세미나에 참석하거나 강연을 하면, 대학 측의 평가가 달라지는 것은 물론, 다른 교수들의 부러움을 산다. 한글을 알면 일상생활에서도 활력에 넘치게 된다.”

일본인들의 한국인식을 변화시킨 몇 차례의 계기가 있었다. 1965년 양국수교, 경제발전과 민주화, 1988년 서울올림픽, 1998년 일본대중문화개방, 2003년 〈겨울 소나타〉 등이 그것이다. 수교 40주년을 맞은 오늘날의 시점에서 볼 때, 한·일간에는 여전히 많은 문제가 남아 있고, 관점에 따라서는 이런 문제들이 쉽게 풀릴 전망이 보이지 않는다. 문제의 핵심은 과거사에 대한 양국의 공식입장의 차이가 너무 크다는 점이다. 동시에 새로운 군

사대국으로 부상하고 있는 일본이 한반도를 중심으로 국제적인 갈등의 요인이 되고 있다는 점일 것이다.

양국수교 이후 일본인들을 놀라게 하고 때로는 긴장시킨 것은 한국의 지속적인 경제발전과 끈질긴 민주화 투쟁이었다. 물론 이런 과정에서 직접적이든 간접적이든 일본 측의 지원이 적지 않게 기여했다는 사실도 간과할 수 없다. 일본인, 특히 학생층과 지식인들은 우리의 기술축적을 동반한 경제발전과 숭한 희생과 시련을 동반한 민주화 투쟁을 보고, 깊은 관심을 기울이게 되었으며, 이를테면 친한(親韓)파가 되기에 이르렀다.

서울올림픽은 우리가 국제사회에 진입하는 출입문이자 우리 자신이 국제화되는 역사적 전환점이었다. 안으로는 군벌독재가 무너지고 각종 불필요한 규제들이 사라지는 민주화가 이루어졌다. 밖으로는 남북한에 대한 변별(辨別) 인식이 분명해지고, 일본에서는 조총련계가 붕괴하기 시작했으며 ‘한국은 풍요로운 나라, 문화적인 여행이 가능한 나라’라는 개념을 전세계에 부각시킨 대역사였다. 이때부터 이른바 ‘기생관광’이라는 오명을 씻고 일본관광객들이 빈번하게 우리나라를 찾게 되었다. 최근 수년간 일본 학생들의 수학여행지가 된 것은 우리 문화관광의 저변을 웅변해 준다. 현재 연간 250만의 일본관광객들이 우리나라를 찾고 있는 것이다.

한류 지속의 유쾌한 뉴스들

이상에서 언급한 사회적인 변수들이 일본인들로 하여금 한국에 대한 ‘친근감, 친밀감’을 일으키게 했다. 그러나 무엇보다도 〈겨울 소나타〉의 일본방영은 한류를 몰고 온 결정적인 요인이라고 할 수 있고, 그런 강풍을 만들어낸 동력은 일본 대중문화 개방 조치였다고 할 수 있다. IMF 사태의 불안한 정세 속에서 출발한 김대중 정부는 두 차례의 정상회담을 통해 ‘21세기 새로운 파트너십으로서의 일본’이라는 개념을 천명했다.

민간 중심으로 한일문화교류회와 한일문화교류정책 자문위원회를 만들고, 1998년 10월부터 연차적으로 일본의 대중문화를 개방, 수용하기 시작했다. 2002년 양국 공동 월드컵까지 5단계로 나누어 대중문화를 완전히

개방한다는 로드맵도 발표하였다. 한편, 한일문화교류회의(당시 지명관 위원장)에서는 일본 측(일한문화교류회의, 당시의 위원장 미우라 슈몽)에 대하여 ‘우리가 대중문화를 개방했으니 일본에서도 한국의 TV드라마를 시험적으로 방영해 줄 것’을 진지하고 끈질기게 설득했다. 이런 과정을 통해 일본 측이 시험 방영해 본 것이 바로 〈겨울 소나타〉였다. 애초에는 작품의 로열티고 뭐고 따질 겨를 없이, 우선 방영이 목적이었다.

방송전문가 류균은 이렇게 지적했다. “〈겨울연가〉를 〈겨울 소나타〉로 성공시킨 또 다른 장본인은 일본인들이다. 좀 더 정확히 표현하면 일본의 중년 아줌마들이다. 일본의 적극적이고 개방적인 문화수용이 없었다면, 〈겨울연가〉의 생명은 이미 NHK 위성방송인 BS2만의 잔치로 끝나버렸을지도 모른다. 문화적 편견 없이 수용해준 수많은 일본인들이 있었기에 〈겨울 소나타〉가 된 것이다. 양국 대중문화 교류 사상 초유의 사건이 일어났고 이른바 대박이 터진 것이다.”

참고로 한일 프로그램 수출입 금액의 변화를 살펴보면 〈겨울 소나타〉의 위력을 감지할 수 있다. 2000년 수출은 295만 달러(수입은 235만 달러), 2001년은 119만 달러(234만 달러), 2002년은 231만 달러(225만 달러), 2003년은 628만 달러(80만 달러), 2004년은 3,608만 달러(266만 달러)이다. 무려 3,342만 달러의 흑자를 기록한 것이다.

일본에 대하여 우리는 만성적인 적자국가이다. 적자의 요인은 특수원자재와 특급기술이다. 불가피하게 우리가 이 자재와 기술을 수입하지 않으면 동시에 우리의 수출길도 막히는 사태가 발생한다. 일본에 갇아야 할 금융부채도 적지 않다. 그러나 일본에 대하여 수출을 꾸준히 증대시켜 온 그간 우리의 노력도 과소평가할 수 없다. 그간 일본에 수출되는 모든 우리 상품의 상표에 ‘메이드 인 코리아’가 아주 작은 글씨로 새겨 있었다는 것을 아는 사람은 다 안다. 반한(反韓)감정을 우려해서였을 것이다. 그러나 지금은 코리아의 상표를 오히려 자랑할 만큼 친한(親韓)감정이 보편화 되었다.

최근 일본에서 히트하기 시작한 우리 영화 〈올드보이〉

는 미네기시 노부아키의 원작 만화를 활용한 것이라고 한다. <내 머리 속의 지우개>는 요미우리 TV 드라마 <순수한 영혼>을 원작으로 한 것이다. <역도산>은 일본을 배경으로 한 한국영화이다. 약간의 로얄티를 지불한 작품들이지만 현지 영화들을 누르고 히트함에 따라 우리 측이 큰 수익을 보고 있다고 한다. 모두가 <대장금> 이후 한류의 지속을 웅변해주는 유쾌한 뉴스들이다.

새로운 한류를 기대하며

한류는 '한국유행'의 준말이다. 한국의 상품, 문화적인 작품, 풍속 같은 것들이 다른 나라에서 유행하는 현상을 지칭한다. 한국의 휴대전화기와 가전제품, 자동차와 컴퓨터제품, 김치와 라면을 비롯한 식품, 디자인이 새로운 의복, 의료기와 스포츠제품, 영화와 TV 드라마, 댄스뮤직을 중심으로 한 가창음악 등 나라마다 지역마다 한류 붐에는 차이가 많다. 일본의 한류는 앞서 지적인 대로 '은시마와 <대장금>'으로 상징된다. 보이를 비롯한 젊은 가수들의 활동도 빼놓을 수 없다.

한류는 한국의 대중문화에 대한 외국인들의 선호도와 구매력을 반영한다. 필자는 일본인들로부터 "한국에서도 <겨울연가>가 좋은 평가를 받았느냐"는 질문을 자주 받는다. 나는 자신 있게 "그렇다"고 대답한다. 윤석호 감독이 만든 이 작품은 대중적인 TV 드라마로서 훌륭한 수준이라고 생각하기 때문이다. 그런데, "그런 통속적인 작품을 좋아하는 일본인들을 어떻게 이해해야 할지 모르겠다"고 말하는 일본인과 한국인들도 가끔 만나게 된다. "대중문화라는 측면에서 즐겁게 이해해 달라"고 응답한다. 여기서 대중문화와 통속문화를 구분하지 못하는 객관적 인식의 장벽이 문제로 제기된다.

앞서 지적인 대로, 일본의 과거사 문제와 새로운 군사 대국화 문제는 한일양국 교류의 걸림돌이다. 이런 가운데서도 민간교류는 날로 증가하고 있다. 하루에 1만 명이 왕래하는 바람에 비자면제가 신중히 논의되고 있는 실정이다. 한류에 대하여 혐한(嫌韓) 감정을 가진 사람들이 적지 않다는 점도 염두에 두어야 한다. 한류열풍을 잠재우려는 은밀한 움직임이 일고 있는 점도 잊어서는

안 된다. 일본에서 한류가 날로 증대되고 있는 현실에서, 우리는 일본 측의 건전한 '한국비판'을 너그럽게 인지하게 수용하는 자세를 잃어서는 안 된다. 일본 측도 예외는 아니지만, 우리는 편협한 민족주의와 편향된 관점으로 일본을 대해서는 안 된다. 필자의 개인적인 생각이지만, 일본대중문화개방 제5단계에 속하는 '방송개방의 지침'을 우리가 하루 빨리 실현해야 한다고 본다. 상대방은 다양한 방송프로그램을 수입해 주고 있는데, 우리가 문을 닫고 있는 것은 국제화의 보편성 원칙에 어긋나기 때문이다.

한류열풍이 계속되고 있다고 해서, 일본 사람들이 한국에만 관심을 두고 있다고 생각할 수 없다. 일본에는 세계적인 문화가 다 수용되고 있으며, 여러 가지 '~류'가 공존하고 있다. 일본인들은 다른 나라 문화를 보편적인 시각에서 볼 수 있고, 수용할 수 있는 넓은 시야를 겸비하고 있다. 한류의 지속과 상승을 위한 우리의 대안은 '지속적인 수준향상, 시야의 확대, 품질개선'이 아닐 수 없다. 근래 한류 붐이 일어나자, 마치 자기가 그런 바람을 일으킨 듯이, 아전인수로 휘젓고 다니는 지식인과 지도자들이 늘어나고 있다. 한국 지성의 본질을 노출시키는 작태로 보여서 필자도 스스로 부끄러움을 느낀다.

한류 붐의 공로는 최일선에서 묵묵히 땀 흘리며 일하는 사람들에게 돌려야 한다. 아울러 한류의 지속을 위해 우리는 그들이 더 열심히 연구하고 창작하고 개발할 수 있는 여건을 마련해 주어야 한다. 특급기술의 연마, 독창성의 발견, 세계적인 보편성, 인간적인 윤리의식, 조화로운 구조적 통일성, 미래지향적인 감각, 대중성 있는 즐거움, 합리적인 경영, 차원 높은 문화외교, 설득력 있는 홍보, 건실한 역사인식 등은 한류라는 문화발전의 핵심적인 요건이라고 할 수 있다. 무엇보다도 이러한 요건을 가능하게 하는 기초교육과 정치, 경제, 사회, 문화풍토의 중요성을 잊을 수 없다. 지난 반세기의 문화적 축적이 오늘날의 한류를 만든 원동력이었다면, 장차 새로운 한류는 지금부터의 교육 및 사회여건에 의해 창출될 것이기 때문이다. ☘