

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적
2. 연구방법
3. 연구의 제한점
4. '한류' 관련 용어 정리

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

1990년대 후반부터 시작되어 중국, 대만, 홍콩, 베트남, 싱가포르, 말레이시아 등 중국 문화권에서 ‘한국 대중문화의 열풍’을 일컫는 ‘韓流(한류)의 熱風(열풍)’이 일고 있다. 한국 청소년들에 의해 추종되던 대중문화가 이제 국경을 넘어서서 중국을 비롯한 아시아권의 여러 나라의 청소년들에 의해 향유되고 있는 것이다. 이는 20세기 후반부터 등장하기 시작한 지구촌화(globalization)의 경향을 반영한다. 즉, 국가 간 경계의 개념은 약화되기 시작하였고 국경을 넘는 경제교류 뿐 아니라 지식, 자본, 기술, 문화 및 인구의 이동이 활발하게 일어나고 있음을 드러낸다. 특정 문화가 생성된 근원지에서 향유되는 것뿐만 아니라 국경을 초월하여 세계 각 국에서 향유되어지고 또 새롭게 응용되어지고 있음을 의미하는 것이다.

전반적으로 문화 흐름의 추세는 주로 세계의 중심부라고 인식되어졌던 미국, 유럽 등 서구의 대중문화가 주변부 비서구사회로 흘러들어 모방되던 경향이었다. 이에 비해 현재 보여지는 한류의 추세는 비서구지역 내에서 일어나고 있는 문화의 흐름이라는 데서 그 특이함을 읽을 수 있다. 한류현상을 통하여 우리나라는 한때 미국 등 서구 대중문화가 수입되어 추종되어져왔고 이를 모방 응용하는 문화 수입국에서 이제 아시아 여러 국가로 대중문화를 전파하는 위치로 자리매김하게 되었다. 이러한 시점에서 한류와 같은 문화 흐름이 일어나게 된 경위 및 그 현상의 실체를 파악하는 것은 중요한 일이다.

한국 청소년들이 좋아하는 가요, 뮤직비디오, 드라마, 영화 등 한국의 대중문화가 중화권에 급속도로 수용되어가고 있음에도 불구하고

이에 대한 일회성 보도나 의견 수준의 접근만 무성하고 이 현상의 실제 및 실태 파악에 대한 연구가 미비한 실정이다. 특히 이러한 현상의 실태 파악 뿐 아니라 이에 대한 학문적 설명 틀을 마련하려는 시도가 필요하다고 보여진다. 한류를 향유하고 있는 주요 고객이 청소년층들이라고 알려져 온 만큼 이들에 대한 심층적인 연구가 필요한 실정이다. 한국 문화를 구성하는 다양한 요소들 중에서 댄스 가요 및 일부 대중 문화가 선별적으로 중화권에 호소력을 가지게 된 경위 및 이러한 문화들의 어떠한 측면이 중화권 청소년들에게 흡입력을 가지게 되었는지에 대한 체계적인 조사가 필요하다. 즉, 한류가 형성되게 된 시대적, 사회적 조건 및 그 시대를 살아가고 있는 청소년들의 의식에 대한 체계적이고 맥락적인 연구가 필요하다고 보여진다.

이러한 연구를 통하여 중화권 청소년들이 가지고 있는 한국 대중 문화에 대한 이미지 및 의식 분석이 가능해지리라고 보여지며, 나아가 한류가 일회적인 현상이 아니라 지속적으로 발전할 수 있는 방향성을 모색할 수 있으리라고 보여진다. 또한 한류 현상으로 인한 국가 간의 교류 및 여타 분야로의 파급효과에 대해서도 알아보고자 한다.

본 연구에서는 한류가 향유되고 있는 국가 중 중국에 그 관심을 국한시키고자 한다. 중국은 한류 향유 국가 중 가장 큰 대륙이며 그 인구 규모도 여타 아시아 지역 국가와 비교가 안 될 정도로 많기 때문에 한류에 관한 중국 청소년들의 의식을 살펴보는 것은 한류의 확산과 한국 대중문화의 수용 차원의 연구로 의의가 있다고 보여진다. 본 연구에서는 중국 청소년들을 대상으로 설문조사 및 심층 면담을 통하여 한류가 어떠한 양상으로 수용되고 있으며 한류에 대한 인식은 어떠한지를 살펴보고자 하며 나아가, 한·중 청소년 교류의 방향성을 모색하고자 한다.

2. 연구방법

1) 문헌 자료 조사

문헌 연구는 주로 신문과 인터넷 등에 나타난 한류관련 기사 및 보도 자료를 중심으로 살펴보았고, 한류와 관련된 선행 연구물들을 개관하였다.

2) 설문조사

설문조사는 중국 현지 설문조사와 국내 체류 중국인들을 대상으로 실시되어졌다. 중국 현지 청소년들을 대상으로 한류에 대한 인식이 어떠한지에 대한 경향 파악을 위해 설문조사는 북경, 절강성 항주지역, 연변 지역에서 실시되었으며 설문 대상은 고등학생과 대학생들이다. 총 설문대상자 수는 880명이다. 고등학생과 대학생을 설문조사대상으로 택한 것은 초등학생과 중학생들도 한류를 향유하고 있지만 이들에 비해서 고등학생 및 대학생들이 한류에 대한 나름대로의 판단이나 사고를 주체적으로 할 수 있다고 여겨졌기 때문이다. 초등학생이나 중학생이 한류에 대한 비판적 사고나 판단없이 즉흥적으로 즐기거나 모방하는 경향이라면 고등학생과 대학생들은 문화행위와 관련된 사고를 더욱 발달시킬 수 있는 시기라고 보여지기 때문이다.

한편 고등학생들과 대학생들을 구분하고자 하는 것은 중국도 한국과 마찬가지로 입시위주의 교육이 학생들의 생활의 주를 이루고 있으며 고등학교 시기는 대학입학을 준비하기 위해서 공부에 몰두해야 하는 시기로 여겨지고 있다. 따라서 이 시기의 청소년들을 대상으로 한류에 대한 인식을 살펴보는 것은 한류가 얼마나 청소년들의 생활에

영향을 주고 있는지를 파악하는데 도움이 될 것이다. 한편, 대학생들은 자신의 장래 및 진로에 대한 계획을 어느정도 구체화시키고 있으며, 문화현상에 대한 고찰 및 비판 의식도 가지고 있는 시기이기 때문에 이들에 대한 인식 조사는 장차 한류의 전망이나 한·중 청소년 교류 및 한·중 관계에 대한 정책을 수립하는데 도움이 될 것이라고 보여진다.

국내 체류 중국인들을 대상으로 하는 설문조사는 주로 국내 대학교 부설 어학원에서 한국어를 배우고 있는 학생들을 대상으로 실시되어졌다. 설문은 5개의 대학교 부설 어학원에 재학 중인 학생들을 대상으로 7월 말과 8월 중순에 걸쳐 실시되어졌다. 한국에 체류하고 있는 중국인들은 한국에서 유학할 계획이거나 한국어를 제대로 배우기 위해 한국에 일정 기간을 머물고 있는 20대 전후의 학생들로서 장차 한국과 중국과의 관계 개선에 주요한 역할을 담당하게 될 것이라고 보여진다. 따라서 이들의 한류 및 한국에 대한 인식, 한국 청소년들에 대한 인식 실태를 알아보는 것은 중요하리라고 여겨진다.

3) 심층 면담

심층 면담 조사는 중국 청소년들의 한류 인식 실태에 대한 파악과 함께 한·중 청소년 교류 및 한·중 관계의 전망에 초점을 두고 실시되어졌다. 이를 위해 한국과의 관련성이 보다 많다고 여겨지는 한국에 체류하고 있는 중국인(중국동포 포함)들과 중국 현지 청소년들 중 주로 조선족들이 많이 거주하는 흑룡강성과 연변지역 청소년을 대상으로 한류에 대한 인식을 묻는 심층 면담을 실시하였다. 국내 체류 중국인들은 한국에 체류한지 1년 이내의 어학연수생들을 대상으로 면담을 실시하였고 중국 현지 청소년 면담은 흑룡강성 하얼빈과 목단강 지역에 거주하는 청소년들과 연길 지역 청소년들을 대상으로 실시하였다.

그밖에 중국 현지 청소년들 중 한류팬들을 대상으로 한 면담은 중국 각지에 흩어져 있는 청소년들을 대상으로 이메일로 실시되어졌다.

4) 자문회의 및 워크샵

한류와 관련하여 한국과 중국 등 각계의 전문가들과의 자문회의 및 워크샵을 개최하여 한류에 대한 인식 실태를 파악하고 향후 한·중 청소년 교류를 모색하고자 하였다.

3. 연구의 제한점

본 연구는 중국 청소년들의 한류 인식 실태를 파악하고 향후 한·중 청소년 교류를 모색하고자하는 연구이지만 현실적으로 다음과 같은 제한점을 갖는다. 먼저 본 연구는 일반적인 중국 청소년들 중에서 한국과 보다 관련이 있다고 생각되어지는 중국 청소년들, 즉, 한국 체류 중국 청소년들 및 조선족이 많이 거주하는 지역의 중국 청소년들을 대상으로 심층면담이 이루어졌다. 따라서 일반적인 중국 청소년들의 경향이라기보다는 한국에 보다 관련성이 많은 청소년들의 한류 인식 실태라고 해야 할 것이다.

둘째, 본 연구의 설문조사는 북경, 절강성, 연변 지역에서만 실시되어졌기 때문에 중국 내 타 지역의 청소년 인식을 살펴보는 것에는 한계가 있다.

셋째, 한류에 대한 선행 연구들이 부족한 가운데서 체계적인 연구를 실시하기 어려웠다는 제한점이 있다. 한류에 관한 일회성 보도 기사나 한류와 관련된 문화 담론들은 존재하지만 정확한 통계 자료와 경험 연구가 부족했기 때문에 본 연구는 한류에 관한 시론적인 조사 보고 수준에 머물 수밖에 없었다.

4. ‘한류’ 관련 용어 정리

한류라는 용어가 언제 어떻게 쓰이기 시작했는지에 대한 의견은 다양하다.

2000년 2월 H.O.T 의 북경 공연 당시 구름처럼 몰려든 중국의 10대 청소년들을 보고 중국 언론 매체에서 ‘한국 문화의 유행’이라는 뜻으로 한류라는 표현을 쓰기 시작하였다는 의견도 있으며(www2.hankooki.com, 2001. 10. 13), 민간단체에서 한국노래들을 모아 해외홍보용 CD를 제작하였는데 이 앨범의 이름이 ‘한류’였으며 중국 내 ‘한류’ 열풍과 무관하지 않을 것이라는 의견도 있다(이형호, 2002년, 5월 8일 자문). 또한 이는 중국어로 시베리아에서 불어오는 찬바람이라는 뜻의 ‘寒流’를 견주어 ‘한국에서 불어온 매서운 바람’이라는 뜻으로 사용되기 시작하였다고 한다(빅뱅크리에이티브, 2002).

중국에서는 한류를 일컬어 ‘한국열’이라고 부르기도 하며(한진건, 2002, 자문회의자료) ‘한풍, 한국풍’이라고도 한다. 한국풍, 한국열, 한류 등이 아직 명확한 구분 및 의미 공유를 가지고 사용되지는 않으나 나름대로의 구분을 두고 민간에 회자되고 있다.

한류는 그냥 얘기하는 드라마, 노래 같은 것을 지칭하고 있는 것 같아요. 제가 보기에는. 한국풍은 뭐 화장품, 상품 같은 것을 얘기한 것 같아요. 한국열은 한국에 대해 관심이 많다는 뜻인 것 같아요(리명, 중국인 유학생, 한족).

한류는 한국적인 유행을 통칭하는 말로 사용되고 한국열은 한국 물건, 화장품, 복장, 물질을 의미하고 한국풍은 한국 바람이 일기 시작하였다는 의미로, 주로 비물질적인 것, 말, 영화, 노래 가사 등을 의미한다(최성국, 중국인 유학생, 만주족)

한류 어원은 진공에서 만들어졌다기보다는 역사적 과정에서 한류 이전 중국 대중문화의 큰 유행을 주도했던 일본 문화의 전례와 관련 지어 볼 수 있다. 1980년대에 일본 문화가 급속히 밀려들어오던 현상을 ‘日流’라는 말로 비추어 사용하는데서 그 예를 찾을 수 있다.

중국청년정치학원 청소년사업학과 진립사 교수에 따르면 중국에서의 한류는 90년대 초부터 시작된 한국의 옷, 전자제품, 패션, 문구 등을 구입하고 한국 유행에 따라 배우거나 행동하고 한국 물건을 좋아하는 현상을 지칭하고 있다. 이런 현상은 주로 중국 청소년계층에서 많이 나타나고 있는데 이런 현상은 청소년들의 소비관, 생활방식 등에 많은 영향을 주기도 했다. 현재 인정할 수 있는 것은 중국에서는 한류 현상이 존재하고 있고, 또 많은 청소년들이 한류문화를 좋아하고 있다는 점이다(2002년 11월 8일 한·중 청소년 전문가 워크샵).

한류열풍은 중국의 젊은이들에게 큰 영향을 끼쳐 의상, 헤어스타일, 생활 문화 전반에 변화를 일으키고 있으며 한국문화와 상품, 대중 연예인들을 광적으로 좋아하는 매니아 집단인 ‘哈韓族(하한쥬)’까지 등장하게 되었다(빅뱅크리에이티브, 2001).

중국 사람들은 길에서 통 바지를 입고, 큰 신을 신고, 머리를 염색하는 학생을 보면 이 학생은 한국 사람 아니면 일본 사람이라고 얘기해요. 아니면 중국의 ‘합한족’이라고 해요(조민).

‘합한족’은 한류와 함께 나왔어요. 합한족에 속해 있는 애들은 한국을 좋아한다는 뜻인 것 같아요. ‘합’은 좋아한다는 뜻인 것 같아요. 그리고 어떤 학생들은 한국 가수를 좋아하고, 한국의 연예인을 좋아하고 있기 때문에 한국에 와서 한국어를 배우겠다는 학생들도 많아요. 난 인터넷에서 이런 글을 많이 봤어요. 제가 연세대 여학당 홈페이지에 자주 들어가 보는데, 거기의 게시판에는 늘 이런 내용의 글이 있어요. 나는 중국 어디에 있는 누구인데, 난 한국을 좋아한다, 그래서 한국에 가서 한국어 공부를 하기 싫은데 어떻게 수속을 밟아야 나갈 수 있는가라고 물어봐요(장소매).

합한족과 함께 '韓迷'도 한국의 문화에 깊이 빠져있는 팬을 의미한다. '迷'는 매니아를 의미하는데 관심 분야에 깊이 빠져있는 사람들을 의미하는 것으로 사용되어 '球迷'는 열성 축구팬으로, '歌迷'는 열성 음악팬을 의미하는 것으로 사용되고 있다(김설화, 2002).

중국뿐 아니라 베트남, 일본 등 동아시아 각 국에서 한국의 TV드라마, 대중가요 등이 유행함에 따라 한국 음식, 복장, 가전제품, 컴퓨터 게임, 한국형 헤어스타일, 가라오케, 사우나 등이 인기를 끌고 한국어 배우기 붐이 일어나는 한편 한국 드라마 관광, 한국 기타 캐릭터 상품 등이 유행하는 현상을 '한국 문화 유행 (줄여서 한류)'이라 한다(명판화, 역자의 글, 2002). 요컨대, 현재 사용되고 있는 한류의 의미는 중국과 동남아, 일본 등 중화권 및 아시아 지역에서 일고 있는 한국 대중 문화 열기를 뜻한다고 볼 수 있다.