

쟁점(Ⅱ): 韓流: 문화인가 상업주의인가

한류는 동아시아 문화코드

강진석(한국외국어대학교 외국학종합연구센터 교수)

한류의 정체성

한류는 한국인이 아닌 타자에 의해서 수용된 문화현상에서 비롯되었다. 시기적으로 보면 한류는 1990년대 중반부터 수용되기 시작하여 2005년에 이르는 시기까지 약 10년의 세월동안 새로운 문화실체로서 인정받게 되었다. 지역적으로는 중국, 대만, 홍콩 등지의 중화권과 일본, 몽골 등의 동북아 지역을 넘어서 태국, 베트남, 인도네시아 등의 동남아 지역에서도 한류의 열기는 여전히 확인되고 있다. ‘한류’라고 하는 대중문화 속에는 한국적 이미지의 투여와 타국 대중의 수용이라는 요소가 동시에 결합되어 있다. 한류는 한국적 문화콘텐츠와 타국 대중의 소비라는 공간 속에서 탄생한 문화공간이다. 따라서 한류는 태생적으로 ‘이중국적’의 문화정체성을 지니고 있다. 한국에서 아무리 유명했던 소설이나 드라마도 타국에서 그 가치를 인정받지 못한다면 그것은 ‘한류’라고 부를 수 없게 된다. 문화실체로서의 ‘한류’는 이처럼 한

국과 타국에서 공통으로 소비하고 향유하는 문화일 때에만이 그 존재를 인정받게 된다.

기존의 서구인들은 이미 매우 오랜 세월동안 '아시아'의 세계를 신비하고 낯선 '타자의 이미지'로 규명하면서 이른바 '오리엔탈리즘(Orientalism)'의 관점에서 동양을 이해하고 서술하여왔다. 그러한 관점은 때로는 매우 신비하고 희귀한 요소를 지닌 동양에 대해 찬사를 보내기도 하였지만, 그 주된 논지는 서양문명이 지닌 우월성에 대한 반대급부로서의 동양이란 이미지를 크게 벗어나지 못했다. 오랜 세월동안 오리엔탈리즘이 깃든 영화나 드라마를 접해온 동양인들은 스스로를 '타인의 이미지'로 엮어내는 굴레에서 벗어나지 못하는 결과를 가져오기도 하였다. 동아시아인들은 오랜 시기동안 민족주의와 오리엔탈리즘의 혼재 현상을 경험하였다. 이러한 오리엔탈리즘의 흔적과 더불어, 1900년대 이후 동아시아에 불기 시작한 이른바 '세계화(Globalization)'의 물결은 미국식 세계화의 이미지로 각인되면서, 동아시아에 서구문명의 우월성을 한층 더 부각시키기에 이르렀다.

우리가 주목해야 할 것은 '한류'라는 문화현상이 오리엔탈리즘과 세계화라는 거대담론이 동아시아를 지배하고 있던 시기에 등장했다는 사실이다. 한류는 동아시아에서 할리우드 문화와 일본 홍콩 대중문화가 차지하고 있던 문화공간을 대체하면서 빠른 속도로 동아시아의 주도문화로 성장하였다. 2005년에 이른 오늘, 동아시아 영화의 자존심으로 자부하던 홍콩에서 <대장금>이 방영되었고 홍콩 사상 최고의 시청률인 47%를 돌파하면서 홍콩은 한류의 새로운 전략기지로 탈바꿈하였다. 또한 근대시기부터 '탈아입구(脫亞入歐)'를 외치면서 서양문화를 동경해 왔던 일본에서 <겨울연가>가 방영된 이후, 일본인들이 가장 가고 싶

은 나라에 ‘한국’이 거론되고 있다는 사실에서도 볼 수 있듯이, 한류는 대중문화의 신드롬이란 일반적인 수준을 넘어서 동아시아 문화의 구도를 새롭게 재편하는 ‘제3의 대안’으로 주목받고 있다. 이렇게 볼 때, 한류는 한국의 문화콘텐츠와 동아시아 대중의 소비가 만들어낸 문화양식이며, 동아시아인들이 공통으로 선호하고 향유할 수 있는 아시아적 가치로서, 기존의 서구편향적인 오리엔탈리즘과 세계화의 담론의 서구편향성을 대체할 수 있는 제3의 가치로서 부상하고 있다.

한류가 창출한 새로운 문화공간

한류가 일개 국가의 테두리를 넘어서 동아시아의 문화현상이 되면서 다양한 부대효과를 양산하게 되었다. 한류의 효과는 한류를 수용하는 국가뿐만이 아니라 한류를 공급하는 우리에게도 매우 큰 변화를 불러오게 되었다. 단순히 문화생산자의 입장에 있었던 우리로서는 타국에서 벌어지는 문화현상과 문화효과의 다양성에 대해서 매우 놀랄 수밖에 없었으나, 이 역시 ‘문화’가 지니는 독특한 생리구조이다.

한류의 효과는 중국에서 처음으로 확인되었다. 1997년 홍콩이 중국에 반환되면서 중국인들은 홍콩 대중문화에 대해 점차 식상함을 느끼고 있던 차에 본래적으로 지니고 있었던 신비감마저 사라지게 되었다. 이에 그 대안문화를 모색하던 중국인들은 한국의 대중문화에 주목하게 되었다. 한국의 대중문화는 훌륭하게 그 공백을 메우면서 중국의 새로운 주도문화로 자리 잡게 되었다. 이처럼 한류는 중국에서 ‘대체문화’의 역할을 하게 되었다. 이것은 애초에 우리가 전혀 예상하지 못한 결과였다. 한류의 효과는 곧바로 경제 효과로 연결되었다. 한국 기업은

유럽이나 일본에 비해서 후발주자였으나 ‘한류 마케팅’을 통해서 그 차이를 급속도로 좁혀갈 수 있었다.

베트남에서도 한류의 효과는 확인되었다. 이데올로기가 득세하던 냉전의 시대, 험악한 가해자의 모습으로 다가갔던 한국인을 기억하던 베트남 사람들, 그들에게 한국의 드라마는 오랜 증오와 상흔을 씻어내는 화해자의 모습으로 다가왔다. 그들은 안방에 웅기종기 둘러앉아 드라마를 따라 울고 웃으면서 가슴 속에 맺혔던 가해자 ‘따이한’의 이미지를 조금씩 씻어낼 수 있었다고 말한다. 그들은 한국 드라마가 보여준 강력한 ‘도덕성’과 따뜻한 ‘가족애’에 쉽게 매료되었고 현대적 도시풍의 한국 거리를 엿보면서 세련된 이미지에 적지 않은 충격을 받았다. 한류는 우리가 의식하지 못하는 사이에 ‘반성과 화해’의 코드로 변해 베트남인들에게 다가갔고, 그들은 우리의 역사적인 반성에 대해 따뜻하게 맞이하여 주었다. 아무도 생각하지 못했던 ‘화해의 장’이 ‘한류 공간’을 통해서 은밀하고 점진적으로 이루어졌다. 그것은 위대한 외교적 효과를 창출하게 되었다.

자본주의를 일찍 받아들여 이미 우수한 대중문화를 경험한 일본의 경우, 한류의 수용이 매우 불가능할 것으로 예측되었다. 그러나 일본인들은 한국 드라마를 통해서 그들이 이미 상실해버린 소중한 가치를 되찾을 수 있었다고 말한다. 가족의 소중함, 순수한 사랑, 남에 대한 배려 등의 가치는 전후 일본인들이 점차 상실하였던 덕목들이었다. 경제적인 번영과 더불어 풍요로운 삶을 누리게 되었고 서구를 모방하면서 더욱 세련된 생활을 영위하게 되었으나, 동양인으로서 지녀야 할 고전적인 가치를 소홀히 했던 일본인들은 한국의 문화를 통해서 잃어버린 자신들의 정체성을 조금씩 되찾고 있는 것이다. 한류 체험 이후로 “생활이 완전히 변했

다”는 표현을 즐겨 쓰는 일본 중년부인들의 고백은 한류가 단순히 ‘과거에 대한 향수’의 차원에 머무르지 않음을 잘 예시하고 있다. 일본인들의 섬세함과 집요함은 한국의 작은 촌락과 도시를 관광지로 변모시켰고 한국의 국가 이미지조차 새롭게 변신시켰다. 그들 눈에 비친 한국은 더 이상 ‘기생관광’이나 ‘분단국가’의 어두운 이미지가 아니라 ‘뜨거운 가족애’와 ‘순수한 사랑’이 넘치는 예의국가로 이해되고 있다. 이처럼 한류를 통해 형성된 문화공간은 한류 수용자들의 인식만 바꾸는 것이 아니라 한류 공급자의 이미지도 새롭게 변신시키는 작용을 하고 있다.

한류는 21세기 동아시아의 문화코드이다

그렇다면 한류가 동아시아인들에게 이토록 뜨겁게 사랑받게 된 원인은 무엇인가? 단순히 세련된 영상미, 아름다운 배우, 시대적 적합성 등의 요소에만 의지해 동아시아의 주도문화가 되었다고 말하기에는 설득력이 부족하다. 한류가 한국이란 테두리를 넘어선 초국가적인 가치가 되게 만든 문화코드에 주목할 필요가 있다.

첫째는 ‘유교적 가족공동체’에서 비롯된 따뜻한 정감이다. 중국인들이 한국 드라마를 즐겨보는 이유로서 제일 먼저 꼽는 것이 바로 따뜻하고 섬세한 가족간의 관계묘사이다. 중국의 〈화육진보〉는 2003년 국영방송에서 방영된 드라마 〈엄마야 누나야(MBC, 2001)〉에 대해 이렇게 말한다. “한국 드라마가 가장 좋아하는 것은 ‘불꽃같은 정(情)’이다. 〈엄마야 누나야〉 역시 그러하다. 엄마와 아들 간의 정, 아빠와 딸 자식 간의 정, 형제간의 정, 연인간의 정 등이 주인공의 운명이 다루어지는 과정 중에서 중요한 작용을 발휘한다. 더욱 관중을 몰입시키는

것은 사랑과 증오 간의 정감 궤적이 이야기의 틀을 구성하고, 관중과 극중 전개의 상호 침투를 연결시킨다는 점이다.” 가족 간의 뜨거운 사랑과 배려는 중국인들뿐만 아니라 일본인들의 심금을 울리기에도 충분했다. 일본인들은 한국문화를 통해서 부모에 대한 순종, 가족과 친구의 관계, 타인에 대한 배려를 다시금 배우게 되었다고 고백한다. 돌이켜보면 한국드라마는 애정을 다루는 도시풍 드라마나 역사를 다루는 사극에서도 주인공의 가족사가 빠짐없이 등장하고 있다.

둘째는 ‘얼음과 불의 이중주’이다. 이 용어는 일찍이 홍콩의 유명잡지 <아주주간>이 말한 것으로서, 한류를 “숯불갈비에 차가운 진로소주를 곁들인 불과 얼음의 이중주이다”라고 평하였다. 이것은 한국인들이 냉철한 도덕 이성과 더불어 뜨거운 낭만적 열정을 함께 지니고 있음을 말한 것이다. 한류는 할리우드에서 등장하는 폭력과 섹스의 요소를 배제하고도 얼마든지 뜨거운 정열을 내뿜을 수 있다는 사실을 보여주고 있다. 그것은 스포츠 영역에서 보여준 ‘붉은 악마’의 응원문화, 드라마 <대장금>이나 영화 <쉬리>에서 주인공이 보여준 냉철한 도덕성과 뜨거운 인간애, 불의 앞에선 직언을 일삼고 일상에선 어눌함을 미덕으로 삼는 선비정신 등이 그것이다. 한 때 한일월드컵을 시기했던 중국인들조차 이렇게 말하고 있다. “한일 월드컵은 사실상 한일 월드컵이라고 말하기 보다는 ‘대한민국 월드컵’이라고 말하는 게 나을 듯 하다. 한국 축구에 대한 폄하나 조크는 중국의 현대인들이 한국에 대해 지니는 열정에 조금도 영향을 주지 못한다.” 동아시아인들은 한류가 매우 건강하고 교육적이라고 말한다. 그 중심에는 한류가 지니는 강력한 도덕의 메시지가 자리잡고 있다. 그렇기 때문에 대만에서는 <대장금>이야말로 가장 뛰어난 도덕교과서라고 칭송하게 되었다.

셋째는 ‘신비와 상통(相通)의 조화’이다. ‘신비감’은 타자들이 한국문화에 대해 느끼는 이국적인 정서를 말한다. 그것은 중국인이나 베트남인에게는 그들이 경험하지 못한 세련된 도시문화로 비춰졌고, 일본인들에게는 잊혀졌던 ‘순수’라는 가치에 대한 회복으로 비춰졌으며, 대만인이나 홍콩인에게는 통속적인 드라마 속에서 최고의 도덕성을 발견할 수 있다는 경이로움이 되었으며, 태국인에게는 순수한 사랑을 다시금 일깨워주는 계기가 되었다. ‘상통감’은 타자가 한국문화에 대해 느끼는 친숙감과 공유감을 말한다. 한류가 통용되는 지역은 크게는 한자문화권에 속하면서 제각기 유교문화와 불교문화 등을 공유하고 있다. 그것은 자국문화가 본래적으로 가지고 있는 친숙한 정감과 가치를 한류가 제공하고 있다는 것을 의미한다. <중국신문망>은 한류를 이렇게 평한다. “한국 영화가 보여주는 ‘이국적인 특색’을 지니면서도 ‘상통(相通)하는 정감’이 결핍되지 않은 점이 바로 한류가 중국 시장에서 가장 위력을 발휘할 수 있는 무기이다.” 다시 말해서 한류는 현대적 의미와 고전적 가치를 함께 지니고 있는 문화콘텐츠이다. 이러한 특성 때문에 한류는 이 시대에 그 경쟁력을 인정받고 있다. 앞서 말한 세 가지 요소가 한류가 이 시대에 동아시아의 문화코드로 자리 잡을 수 있는 존재조건일 것이다.

동북아 패권주의와 한류의 역할

21세기 들어 동북아의 구도는 매우 복잡한 양상을 띠고 있다. 정치적으로는 일본이나 중국이 보여준 팽창주의가 만연하고 있는 반면, 경제적으로 중화경제권으로의 통합 경향을 보이고 있다. 특히 정치적인 면에서 일본은 러시아, 한국, 중국, 북한 등과 좌충우돌하면서 팽창주의

의 야욕을 노골적으로 드러내고 있다. 중국은 향후 전개될 동북아의 패권을 의식하면서 미국과 일본의 연합전선에 노골적인 불만을 드러내고 있으며, 이에 따라 미국의 전진기지 역할을 하고 있는 대만에 대해 회유의 손짓을 보내고 있다. 한반도에서는 북한의 벼랑끝 전술로 인한 '북핵'의 위기감이 나날이 고조되고 있다. 이러한 정치의 역학구도 속에서 한류는 동북아의 민간사절 노릇을 톡톡히 해내고 있다. 한때 우리나라의 역사학자들은 우리나라에 유교문화가 있었기 때문에 불교와 기독교가 그토록 왕성했던 한국에서 종교전쟁이 일어나지 않았다고 말한 적이 있다. 어쩌면 현 시점에서 한류는 과거의 유교문화처럼 나라와 나라의 대립을 완화하고 충돌을 상쇄하는 역할을 하고 있는지도 모른다. 일본과 독도문제로 첨예하게 대립하고 있는 이 시점에서도 일본인들의 한국방문은 좀처럼 줄어들지 않고 있다. 그들은 여전히 관용과 도덕의 정신으로 충만한 한국의 이미지를 갖고 한국을 방문하고 있다. 대립과 충돌의 시대에 상생과 관용의 문화적 역할이 더욱 절실히 요청되고 있다. 한류가 이러한 역할을 훌륭하게 담당하기를 기대한다.*

쟁점(Ⅱ): 韓流: 문화인가 상업주의인가

한류는 콘텐츠 산업

나 영 주(강원대학교 사범대학 외래교수)

한류의 물결이 도도하다. 지금으로서는 그 흐름의 끝을 가늠하기가 쉽지 않다. 한류의 바람을 잠재우고 싶어 하는 이나 한류의 열풍이 쉬 잠잠해지리라고 예단하는 이들에게는 속상한 일일지 모르나 그 열기와 열풍은 은근히 지속되고 있다. 동북공정을 통한 역사 왜곡, 독도의 영유권 주장과 제국주의적 침탈사를 교묘하게 감춘 새로운 역사 분식에 도 아랑곳 하지 않고 한전에서 그들은 사람살이의 그렁고 그런 사실들을 드라마틱하게 만든 한국의 '대장금'에 너무나 빠져들고 감동하고 있다. 사람살이의 고단함과 느껴움을 잘 버무려 표현한 작품이 가지는 감동과 공감에 국경과 민족의 경계가 있을 리 없다면 이제는 생각보다 꽤 오래되기까지 한 한류에 특별한 그 무엇인가가 있어 보인다. 한편 우리 쪽에서 볼 때 근자의 한류에 대한 호들갑 혹은 관심은 그동안 국력이나 문화에서 변방의 주변적 국가에 머물러 있었다는 자기 확인이 문화 중심국이라는 신분적 상승을 이루고 있는 것이 아니냐는 기대에서 출현한 것이라고 보여 진다.

1970년대 말 다소 근엄했던 시절을 거쳐 온 세대들에게 유하 감독

의 <말죽거리 잔혹사>는 잔혹스러우나 소중한 기억의 실마리를 제공한다. 기억의 실마리는 그 세대를 거친 이들이면 누구나 경험했을 법한 이소룡-우리는 그를 이소룡으로 기억하지 리샤오룽이라고는 결코 부르지 않았다-에 대한 추억들이다. 당시 이소룡 세대들은 그를 닮기 위해 코를 훔쳐 대며 “아보”를 외치곤 했으며, 쌍절곤을 책가방 깊숙이 넣어 다니곤 했다. 그런 행위는 이소룡과 일체감과 동질성을 확보하고자 하는 어설프지만 신성한 제의였으며 또래의 주체할 수 없는 유행이자 문화였다. 따라서 <말죽거리 잔혹사>에서 주인공의 이소룡에 대한 학습과 흉내는 감독의 이소룡에 대한 오마주(hommage)라고 할 것이다.

소설가 성석제는 모일간지에 자신이 연정을 품었던 추억 속의 여배우로 진추하를 꼽았다. ‘사랑의 스잔나’의 여주인공으로 나온 그녀는 당시의 낙양의 지가를 올리는 여배우이자 가수였다. 한 개인에게 영화 밖에서는 결코 만나보지 못한 그녀는 당시 한 청춘의 모든 이성적 감성의 준거였던 것이다. 1980년대 중후반 <영웅본색> 등 홍콩 누와르를 경험한 세대들에게 주윤발, 장국영, 유덕화 등은 또 다른 영웅이었다. 주윤발이 질질 끄는 롱코트를 입고, 성냥개비를 질정질정 씹어대며 쌍권총을 휘둘러 대는 장면은 두고두고 복습하는 장면들이었다. 이처럼 영화와 가요로 대표되는 대중문화의 파급력은 세월의 더께 속에서도 개인에게 치명적인 기억을 남기며 또래 세대들의 집단적 통과 의례의 흔적으로 자리 잡기도 한다.

똑같은 맥락에서 한류를 체험한 이들이 세월이 흘러 그들의 성장기를 회억하게 될 때 중국의 어떤 이는 ‘안재욱’을 떠올리며 그의 청춘을 반추할 것이고, 홍콩의 어떤 이는 ‘전지현’을 떠올리며 그의 엽기

행각에 웃음을 지을 지도 모를 일이다. 지금 일본의 청소년들은 ‘보아’의 상큼한 가창력과 춤을跳는 날의 즐거운 기억으로 간직할 것이며, 베트남의 어떤 소녀는 먼 훗날 ‘장동건’이라는 한국 배우에 대한 막연한 잔상에 한 시름을 잊을지도 모른다. 그런 기억 속에 한류의 ‘한국’이 자리하고 있다. 문화에 등급이 있다는 것이 우습기는 하지만 성장과정에서 확인하듯이 대중문화의 위력은 ‘우아를 떠는’ 고급문화라는 것보다 정서적 침투력이 훨씬 강한 것임에 틀림이 없다.

그런데 대중문화의 세례에서도 그 수순은 있어 보인다. 세계적 차원에서 문화적 파급은 수평적이지 않으며 부등가 교환의 특성을 가진다. 자본주의 체제의 막강한 힘이 배경으로 자리 잡고 있기 때문이다. 우리가 클리프 리처드에게 혼절하고 레이프 가렛에 열광했던 기억은 그리 먼 세월의 이야기가 아니다. 그들이 막연한 모방과 동경의 대상이었던 상징적 서양이었기 때문에 환호작약한 것인지, 억압적 체제에서 이국적인 것에 대한 기호와 새로운 것에 대한 갈증이 정서적으로 결합함으로써 감정이 분출한 한 것인지, 아니면 그들의 뛰어난 대중 문화적 재능과 감각이 그 때 우리의 심금을 울렸던 것인지는 가늠하기가 쉽지 않다. 일본에서의 몇몇 사례를 예외로 한다면 한류의 진원지는 우리와 비교할 때 여러 면에서 근대화와 민주화의 세례를 덜 받은 중국과 동남아시아 지역이다.

앞서 언급한 노래와 영화가 한 때 그것을 흡수한 이들에게는 분명히 엄청난 영향을 미친 사건이었고 또래 세대의 일시적 유행이었음이 분명하지만 ‘문화’라고 불리기에는 다소 ‘머시기’한 측면이 분명히 있다. 마찬가지로 한류가 한 때 사회적 현상으로서 유행인지, 문화적 현상인지 하는 문제는 개념적으로 논란이 있는 문제이다. 여기서의 문화

는 이중적 위치에서 점검될 수 있다. 즉 한류를 공급하는 측의 상품 내용으로서의 '문화' 정체성을 시비 걸 수 있으며, 소비하는 측에서 그것이 '문화' 적 현상일 수 있고 '문화화' 되었는데가 논란의 초점이 될 수 있다.

이소룡 세대들의 이소룡에 대한 모방과 선망은 유행성 전염병과 같은 것이었으며 이소룡에 대한 숭배는 그를 이야기 하지 않으면 요즘 말로 왕따를 당할 정도로 당시 또래들의 문화적 코드로서 중요한 사회적 현상이었다. 이처럼 이소룡 신드롬에 관한 일상적 용례에서 보이듯이 유행과 문화라는 개념은 동시에 사용되기도 하며 대체되기도 한다. 위험스럽지만 굳이 파자(破字)놀이를 하자면 유행은 문화일 수 있으나 문화가 유행이기에는 2% 넘게 부족해 보인다. 문화는 유행을 넘어 구성원들의 가치와 행위에서 체제 내화된 그 무엇이며 그것의 산물이기 때문이다. 물론 한류와 한 시대를 풍미했던 영화배우를 등가적으로 비교하는 것은 방법론적으로 무리다. 왜냐하면 한류는 특정 배우가 아닌 한국발 문화 상품에 대한 파상적 애정 공세이기 때문이다. 그럼에도 그것이 한국적 문화를 고유하게 내장하고 있는가에 관한 논의에서는 자신이 별로 없을 것 같다. 현지에서 한류라는 한국적 상품이 소비적 측면에서의 유행이 아닌 '문화'로서 체제 내화할 수 있을 것인가에 대해서도 아직 자신할 만한 것은 없어 보인다.

서구적 가치로 재단된 근대화 이후 동아시아에서 한류는 그런 근대화와 경제발전의 세레에 먼저 노출된 지역으로서 서구적 문화의 한국적 변형과 착종 문화의 재전파이며, 한국의 전통적인 고유문화의 전파와 접변 현상이라기보다는 글로벌적 특성을 가지는 퓨전 문화의 특이한 초국가적 유행이다. 거기에 한국적 얼과 고유문화를 심각하게 강조

하는 것은 과도한 애국심의 투영이거나 쇼비니스트(chauvinist)로 비칠 수 있다. 그와 같은 논리는 한국적 입장에서 한류의 바람직한 방향과 미래를 설정해 놓고 한류를 해석하는 자기 충족적 예언에 다름 아니다. 냉혹하게 이야기하자면 한류 열풍을 이끄는 호의적인 요소는 인종적 유사성과 지리적 인접성이 한 축이며, 선망하는 것에 대해 심리적 보상을 얻고자 하는 소비자의 감정이입이 한 축일 것이다.

한편 한류는 일차적으로 경제적 측면에서 우리나라의 특정 품목에 대한 수출 호조 현상이다. 그런데 그 품목의 내용이 ‘문화’로 설명되고 있다는 것이 한류의 논의를 복잡하게 만든다. 여타의 상품이면 분명 기능적, 기술적 측면에서 질이 좋거나 시장에서 가격 경쟁력이라는 측면으로 해석될 수 있을 것이나 한류의 내용은 좀 다르기 때문이다. 드라마, 가요, 영화 등을 1차적 품목으로 하는 한류는 언론이나 학계에서 문화 산업, 문화콘텐츠 산업, 엔터테인먼트 산업으로 불린다. 그런데 한류가 하나의 산업으로서 유형적 특성을 갖는 것이라면 한류 논의에서 시장적, 상업적이라는 의미는 뉘앙스에서 부정적이기보다는 그 반대적 의미를 함축한다. 일상적 쓰임새에서 통상 ‘상업적’이라는 의미의 뉘앙스는 이중적이다. 부정적 뉘앙스는 어떤 상품의 질과 내용이 우선적이며 본질적인 것이 아니고, 그것으로 인한 이윤이 주요 목적인 비인간적인 측면을 강하게 내포하는 것을 뜻한다. 반면 시장적이라 함은 경합할 수밖에 없는 국면에서 경쟁력을 바탕으로 하여 자생력을 소유하고 있음을 뜻하나 이 의미 역시 과도할 경우 비인간적이거나 경쟁의 극단으로 읽히기도 한다.

그런데 동아시아에서 한류 현상은 그 상업적 측면에서 아직은 경계하거나 나무랄 일은 아니라고 본다. 유통 체계의 미성숙 등으로 한탕주

의적 현상이 없지 않은 것으로 들리고 있지만 우리가 한류라고 논의할 수 있는 현상은 시장적, 상업적 측면의 성공으로부터 배태되었기 때문이다. 즉 상업성과 시장성을 확보하지 못했다면 한류라는 현상의 논의 자체가 무망했을 것이다. 다만 우리가 고려해야 될 것은 그 상품이 여타 상품과는 달리 한국 국적의 사람과 우리의 무형의 가치와 풍토를 배경으로 하고 있다는 것이다. 한류가 상업적이냐 문화적이냐 라고 하는 쟁점은 한류의 논의에서 고갱이임에 틀림없으나 그런 식으로 논의를 제한할 경우 한류의 복잡 다양한 학제적인 논의 영역을 축소할 공산이 크며, 동어반복 때문에 논의를 쉽게 피로하게 만들 우려가 있다. 지금의 한류 영역에서 2차 경험산업으로의 한류의 확장이 활성화될지는 두고 볼 일이지만 한류는 일차적으로 이미 일반 상품과는 그 성격을 달리 하는 문화콘텐츠 산업이다. 따라서 여타 일반 산업의 경쟁력을 이야기할 때처럼 한류 논의에서도 핵심은 어떻게 문화 산업으로서 한류의 경쟁력을 확보할 것인가로 모아져야 한다. 그런 측면에서 한류의 미래에서 1차적 논의 초점은 좀 더 상업적이어야 한다는 것이다. 여기서 상업적이라 함은 문화 콘텐츠로서 개별 및 지역 소비자들의 취향과 페이스를 자극할 수 있는 상품으로서의 시장지배력을 뜻한다.

헐리우드의 공세를 자본으로 무장한 제국주의의 침병으로 평가 절하하는 식의 주장도 일면 설득력은 있을 것이다. 그러나 헐리우드의 시스템과 논리, 극의 서사구조 등이 그것을 소비하는 이의 공명을 불러일으키지 못했다면 조기 사망을 면하지 못했을 것이다. 그렇다고 그것이 지배력을 강화해 나가는 지점에서 미국이 가지고 있는 현실적인 막강한 자본과 국제적 힘을 부정하는 것은 아니다. 대중문화로서의 힘은 그것을 향유할 경우 재미있고 흥미로우며 지겹지 않고 즐거운 감정을 갖게

되는 대목에서 발생한다. 지금의 한류는 그러한 보편적 감정을 자극하고 공감을 얻어 냄으로써 할리우드류의 상품과는 다른 상업성을 확보하고 있는 셈이다.

일부 한류에 대한 혹독한 비아냥이기도 하지만 키치(kitsch)적이고 퓨전적인 문화라는 것을 인정한다고 하더라도 한류는 이미 상업성과 시장성을 충분히 발휘하고 있는 셈이다. 붕어빵에 붕어는 없다는 식의 한류에 대한 냉소적인 접근은 한류의 문화적 내용을 제대로 간파한 것이기는 하지만 적어도 근대화 이후 특히 세계화의 추세 속에서 대중문화의 독특성과 고유성보다는 나름의 독창성을 가미한 잡종 문화가 더 경쟁력과 호소력을 갖추고 있다는 일면을 소홀히 한 주장일 수 있다. 폐쇄성과 협량함을 일부러 주장하는 꼴 밖에 되지 않는 단일 민족과 단일 문화의 고유성에 대한 우월감은 지금쯤은 점검되어야 할 허구적인 이데올로기이다.

1980년대 은성했던 홍콩 누아르 영화가 일찍 퇴조한 것은 소재의 빈곤과 서사의 단순성 및 후속 스타군의 단절에 있었다는 평가가 지배적이다. 지나치게 스타 의존적이고 유통에 대한 장기적 비전이나 계획이 없으며, 콘텐츠 산업으로서의 보편적 감성에 호소할 수 있는 철학의 빈곤 등 한류에서 나타나는 한계에 대한 충고와 비난을 도외시한 채, 즉흥적인 한탕주의적 상업성에 매몰될 경우 한류는 관광산업 등 2차적 파생 상품의 호황은 고사하고 말 그대로 ‘한 때의 유행’으로 끝나고 말 것이다. 한류의 지속을 보장하기 위해서는 그것의 내용과 지속성에 대한 검토와 보완 작업이 꾸준히 더해져야 하며, 국가 차원에서 한류의 지속을 위한 관련 상품의 연계망과 인프라 구축이 조직적으로 보조되어야 할 것이다. 잘 알다시피 시장에서의 논리는

수요와 공급이라는 상식에 의해 수행된다. 시작부터 창대하여 어떻게 비롯되었는지 잘 모른다 하더라도 상업성이 없거나 시장성이 없는 한류를 소비할 만큼 동아시아의 후진을 기대할 수는 없는 일이다. 한류의 지속성을 확보하는 첩경은 변화하는 시장 속에서 개별 지역 소비자들의 기호와 취향과 정서의 틈새를 예리하게 채워 넣는 튼실한 상업성 강화에 있다고 할 것이다.

생물의 종 다양성이 보존되어야 생태계의 지속 기능을 담보할 수 있듯이 문화적 다양성이 보호되어야 문화적 접변과 전파가 이론적으로 가능할 수 있으며 문화적 창신성이 활성화될 수 있다. 때 이른 우려인지는 알지만 문화적 다양성과 관련하여 우리에게 부과된 스크린 쿼터 압박과 세계로 뻗어나가는 한류 열풍은 모순적이며 동시적이다. 이미 한류에 대한 우려와 거부가 일본과 중국에서 나타나고 있듯이 한류의 일방적 소통은 현지의 한류에 대한 부정적 감정을 자극할 수도 있을 것이다. 그들 문화에 대한 아전인수적 우월감과 자국 문화의 쇠락에 대한 반작용 때문일 것인데 조심스러운 대비가 필요한 대목이다. 빈곤한 비민주 국가의 정치적 난민을 대책 없이 내치기보다는 적절하게 배려하는 방법을 찾아보고, 한류가 유행하는 지역과 상당부분 겹치는 곳에서 코리안 드림을 좇아 한국에 들어온 외국인 산업 노동자들에게 한국에 대한 좋은 기억을 심어 주는 것들이 한류를 장기적으로 지속시킬 수 있는 인프라의 중요 요소가 된다는 것은 소심에서 발로한 사족이다.*