

한일문화교류

후지야마 요시노리(藤山美典) 일본문화홍보원장(문화담당 공사)

2005년 2월에 주한일본대사관 홍보문화원장으로 부임된 이래 2년 동안 한국에 있으면서 보고 느낀 한일문화교류의 현상, 특히 ‘한류’를 중심으로 그 현상과 전망에 대해 설명한다.

한국과 일본 사이에는 ‘전쟁’, ‘식민지’ 등 특수한 역사적 경험으로 인한 ‘벽’이 존재한다. 특히 최근에 일어난 독도문제, 야스쿠니문제, 위안부문제 등이 붙어져 나오면서 한일간 정치적 대립은 걸잡을 수 없게 커져가고 있다. 정상간 회담 수는 줄어들고, 시민사회도 서로 격분한 모습만이 미디어를 통해 여과 없이 보여지고 있어 갈등의 골은 더욱 깊게만 보인다. 그러나 그 안을 잘 들여다보면, 한일 민간간 교류는 꾸준히 늘고 있으며, 이례적인 문화 붐(boom)현상까지 일어나고 있다.

가장 눈에 띄는 것은 문화교류이다. 한국에는 일본 애니메이션과 음악, 영화(러브레터, 1995)에 대한 마니아(어떤 일에 열중하고 있는 사람)층이 꾸준히 존재했으며, 그 수는 90년대 일본문화개방 이후 점점 늘고 있다. 최근 일본드라마에 대한 관심이 커지면서 리메이크작(하얀거탑·白い巨塔, 2003)이 많이 제작되고 있는 현상을 볼 수 있다.

일본에서는 가수 보아가 한국인으로서는 성공리에 활동하며 한국문화전도에 물꼬를 트였으며, 2004년 「겨울연가·冬のソナタ」라는 드라마와 주인공인 배우 배용준이 ‘온사마’라는 별칭과 함께 40~50대 중년여성들의 열렬한 지지를 받으며 NHK에서 방영하는 등 센세이션을 불러일으켰고, 그것을 시작으로 ‘한류’ 붐은 주로 드라마, 영화와 그 주제곡을 중심으로 퍼져가고 있다. 현재 「대장금」이 큰 인기몰이를 하고 있으며, 한국에서는 흥행에 실패한 배용준이 주연한 「외출」이 일본에서는 많은 관객을 끌어들였다.

한일간 인적 교류의 측면에서도 교류가 활발함을 알 수 있다. 일본에 입국하는 외국인 중 한국인이 차지하는 비중이 줄곧 1위를 차지하고 있으며, 최근에는 한국을 방문하는 일본인이 크게 늘고 있다. 양국이 근접해 있고, 경제협력이 높다는 이유에서 당연한 현상으로 받아들여질지도 모르지만, 2005년 양국간 독도 및 교과서를 둘러싼 갈등 속에서도 한일 양국

을 오간 방문객의 수는 계속해서 늘어나고 있다는 사실은 주목할만하다. 교류하는 목적은 유학, 여행, 비즈니스 등 다양하고, 일본의 한국 관광객 중에는 연예인을 만나거나 드라마 촬영지를 둘러보는 투어로 한국을 방문하는 사람들도 적지 않으며, 여기서도 한류의 저력을 느낄 수 있는 부분이다.

그렇다면 왜 이런 현상이 일어나고 있는 것이며 어떻게 받아들일 수 있는 것인가. 한국에서 만들어진 드라마, 영화 속에는 일본에서 까맣게 잊혀져 가는 가치관, 예를 들어 사람 사이의 깊은 정 같은 것이 뿌리 깊이 담겨 있다. 일본 사회가 점점 개인주의화와 경쟁 중심 사회가 되면서 개인의 소외감이 커지고 있는 상황에서 드라마를 통해 비쳐지는 인간관계와 따뜻한 남성적 이미지가 중년 여성의 감정을 자극했다. 그러나 그것만으로 끝났다면 일시적인 붐이었을 것이다. 그러나 이미 한류는 일시적인 붐이 아니다. 근처에는 일본이 한국을 대하는 시각, 자세에 근본적인 변화를 일으키는 무엇인가가 생기고 있다고 본다. 현재 한국 드라마, 영화뿐 만 아니라 한국 음식, 한국말 등 문화에 대한 전체적인 관심도가 더욱 커지고 있다.

최근 한국에서는 성공리에 상영된 「왕의 남자」나 「괴물」 등이 흥행에 참패하고, 내용의 진부함, 문화의 ‘상품화’ 등의 문제점과 함께 그 열기가 식었다며 얼마 전까지만 해도 언제까지 지속될지 우려됐던 ‘한류’가 아시아 여러 나라에서 든든하게 뿌리를 내려가고 있는 것 같다. 그러나 글로벌화하는 세계 속에서 ‘미국적’이 아닌 ‘아시아적’인 문화코드를 탄생시키기 위해서는 아직 넘어야 할 산이 많다.

우선적으로 우수한 콘텐츠가 지속적으로 양산될 수 있는 산업적 메카니즘을 구축해야 할 것이다. 이와 함께 디지털시대의 국제화된 시장에서 콘텐츠산업이 경쟁력 있는 산업으로 발돋움하기 위해서는 마케팅 능력의 고도화가 무엇보다도 필요하다. 예를 들면, 일본 방송사 관계자들이 국내에서 프로그램을 구매하는데 저작권이 문제가 되고 있다. 일본은 협회 등에서 체계적으로 관리하고 있는데 한국은 그렇지 못한 것 같다. 심지어는 저작권료까지 지불했는데 뒤늦게 실제 저작권자가 나타난 일도 있었다. 저작권 등 법·제도를 신속히 정비하고, 특히 라이선스산업 활성화를 위한 정책개발과 지원을 더 강화해야 할 것이다.

일본은 ‘나쁜 사람, 나쁜 민족’이라는 이미지를 갖고 있는 여자아이가 직접 일본인과 만나고 교류하는 기회를 통해 일본에 대한 이미지가 많이 바뀌었다고 한다. 정치경제적 이벤프트보다 이러한 교류가 양국의 관계 발전에 더 큰 기여를 할 수 있는 부분이 분명히 존재하며, 이를 확대, 발전시키는 것에 많은 노력을 기울여야 할 것이다.