



동서문제연구원 IEWS  
개원 45주년 기념 2차 포럼

# 동북아시아 국가간 사회문화교류의 현황과 전망



## 인사말



연세대학교 동서문제연구원  
원장 박용석

안녕하세요,

1972년 3월에 설립된 동서문제연구원은 연세대학교 교직원으로서 다양한 지역과 학문을 융합하는 연구기관으로 자리매김해 왔습니다. 올해 설립 45주년을 맞이하여 동서연은 기술·경제·경영, 사회문화, 에너지 그리고 지역을 주제로 네 차례의 기념 포럼을 기획하고 있습니다.

오는 6월 9일에 개최하는 동서연 개원 45주년 2차 포럼에서는 동북아를 아우르는 주제로서 <동북아 지역 국가 간 사회문화교류의 현황과 전망>을 다루고자 합니다. 사회문화적 측면에서 일본과 중국 내 한류의 현황을 제시하고 국가 간 문화 교류와 정보의 공유를 통한 동북아 지역의 갈등 해소 방안을 논의할 예정입니다.

관심 있으신 분들의 많은 참석 바랍니다.

감사합니다.

# 동북아시아 국가간 사회문화교류의 현황과 전망

일시 | 2017년 6월 9일 (화) 14:00 - 17:30

장소 | 연세대학교 장기원 국제회의실 (연세학술정보관 7층)

주최 |  연세대학교 동서문제연구원  
INSTITUTE OF EAST AND WEST STUDIES, YONSEI UNIVERSITY

후원 |  The Asia Research Fund

## P R O G R A M

### 발표1

동북아시아 국가 성격의 변화와 이주

김현미 교수  
연세대 문화인류학과

### 발표2

한류 4.0시대의 동북아 사회문화교류: 기회와 도전

이혜은 교수  
이화여대 커뮤니케이션·미디어학부

### 발표3

일본의 동북아 문화교류와 쿨재팬(Cool Japan)

강태웅 교수  
광운대 동북아문화산업학부

발표1

# 동북아시아 국가 성격의 변화와 이주

| 연세대 문화인류학과 김현미 교수 |

# 동북아시아 국가 성격의 변화와 이주

연세대 문화인류학과  
김현미 교수

## 1. 들어가는 말

21세기 초반 동북아시아 지역은 ‘다문화주의’라는 새로운 정책 및 담론의 태동을 목격하고 있다. 흔히 다문화주의는 제국주의의 주도 세력이었던 유럽 및 미국 등 서구의 전용물로 간주되었다. 이들 국가들은 제 2차 세계대전 이후의 재건과 지속적인 경제 성장을 위한 노동력 부족을 메우기 위해 대규모 가족 이민 및 초청 이민을 받아들이며 ‘차이’를 다스리는 통치 체제의 하나로 다문화주의를 채택하기 시작했다. 하지만 민족가구를 통한 인구 재생산을 통해 단일문화주의를 유지해왔던 동북아시아 국가에서 ‘이민’이 급증하고, 다문화 관련 정책과 담론이 태동하게 된 것은 최근의 일이다. 동북아시아의 발전국가인 대만, 일본, 한국 등은 ‘이민’과 관련해서 후발주자들이다. 특히 최근 20년간 아시아 지역 내 이주(inter-Asian migration)가 급증하면서 아시아 지역인들 사이의 주거, 일자리, 가족 만들기, 교육, 사업 등 전 영역에서 국가의 경계를 넘는 ‘교차적 삶’의 라이프스타일이 자리잡고 있다. 이런 새로운 변화가 동북아시아 지역에서 다문화 논의를 촉발시켰지만, 여전히 견고한 자민족 중심의 국민국가의 이데올로기 안에서 소수민족, 이주민, ‘혼혈인’에 대한 차별은 지속되고 있다. 동북아시아 지역이 경험하고 있는 ‘사회적 재생산의 위기’를 해결하기 위해 이주가 급증하고 있지만, 이주민을 단순히 문제 해결을 위한 수단으로 간주하는 경제 중심주의적 경향이 강하기 때문이다. 본 발표문은 동북아시아 국가들이 공통적으로 경험하는 사회적 재생산의 위기와 이주의 급증과의 관계를 논의하고, 어떻게 현재의 이주 상황을 젠더/세대/계급의 관점에서 바라봐야 하는지 논의하고자 한다. 특히 동북아시아 발전국가인 동시에 한류를 통한 문화적 발신처로 기능해왔던 한국 사회의 이주 문제를 ‘문화적 욕망’과 ‘현실의 부재’라는 관점으로 바라봄으로써 한국에 들어오는 이주자와 한국을 떠나는 한국인의 모순적 현실을 조망하고자 한다. 이를 통해 이주가 신자유주의적 경제 위기를 적극적으로 해결하기 위한 ‘아래로부터의 생존회로’이며 경제적·문화적인 열망을 복합적으로 실현시키고자 하는 적극적 실천행위를 강조하고자 한다. 또한 한국에서 발생한 ‘한류’는 대중문화의 아시아적 확산에 따른 결과이기도 하지만, 동시에 이런 대중문화적 속성이 한국 사회가 경험하는 심각한 사회적 재생산의 위기를 은폐하는데 기여하기도 한다. 본 발표문을 통해 한국 국가의 통치성, 사회적 재생산의 위기, 이주, 한류의 복합적 관계를 탐색하고자 한다.

## 2. 동북아시아 국가의 ‘사회적 재생산의 위기’와 이주 정책의 태동

신자유주의적 글로벌라이제이션은 각 국가 간의 상호의존성을 심화시키고 있다. 1960년대 이후 노동력 부족으로 대규모 가족이민을 받아들였던 미국 및 유럽 국가들과는 달리 동북아시아 3국은 풍부한 노동력을 바탕으로 빠른 경제 성장을 이룩해왔다. 1980년대까지만 해도 일본, 대만, 한국은 미국 등으로 이민을 내보내던 국가였으나 이후 저임금, 단순기술 분야의 노동력 부족이 생겨나면서 노동력 부족을 메우기 위해 외국인을 불러들이기 시작했다. 일본은 1990년에 산업연수생제도를, 대만은 1992년에 고용서비스법(Employment Services Law), 한국은 1993년에 산업연수생 제도를 만들면서 외국인에 대한 출입국 정책을 세우기 시작했다. 이 국가들은 철저한 ‘반-정주정책’을 통해 외국인의 단기체류만을 허용하여 이들의 장기 정주를 금지시켰다. 또한 국내 노동력 ‘보완성’ 원칙에 의거하여 외국인은 정부가 지정한 특정 산업 분야에서만 취업이 가능하고, 이를 어기면 ‘불법체류’로 간주한다. 뿐만 아니라 체류 기간 동안 가족을 동반하는 것이 불가능하다. 인도네시아, 태국, 필리핀 등 동남아시아에서 주로 외국인 노동자를 유입시켜왔던 대만과 달리, 일본과 한국은 ‘동족이주’를 장려했다. 일본은 1990년 이후 부족한 노동력을 메우기 위해 브라질과 페루 등 중남미 지역의 일본계 교포(Nikkeijin)를 ‘귀환 이주’로 받아들이기 시작했다. 한국의 경우도 2003년 산업 연수생 제도를 폐지하고 고용허가제(Employment-permit system, EPS)를 도입하여 아시아 15개국 국민을 외국인 노동자로 받아들였다. 그러나 일본과 마찬가지로 한국은 외국인에게 전면적으로 문호를 개방하기보다는 동족이주의 형태로 해외 교포, 즉, 중국 동북부의 조선족과 중앙아시아 지역의 고려인을 불러오는 방문취업제(Work and Visit system)를 실시했다.

이 세 국가의 또 다른 공통점은 이주의 ‘여성화’ 현상(feminization of migration)이 두드러진다는 점이다. 동북아시아 3국은 노동력의 부족뿐만 아니라 심각한 인구 재생산의 위기, 즉, 저출산, 고령화, 노동인구 감소라는 위기를 경험했다. 2013년 출산율은 일본이 1.39%, 한국 1.24%, 대만은 1.11%였다. 2014년 유엔 국제이주 보고서에 따르면 65세 이상 인구비율은 일본이 24.8%, 한국 12.3%, 대만 11.6%였다. 이 세 나라의 이주자 구성 비율은 2015년 현재 일본이 1.8%, 한국이 3.1%, 대만이 4.9%지만, 이주자 중 여성의 비율은 일본이 53.0%, 한국이 55.3%, 대만이 71.73%였다.

자국민 간 결혼과 가족구성을 통해 안정적으로 인구 조절 및 사회적 노동력을 확보해왔던 일본, 대만, 싱가포르, 한국과 같은 경제발전국은 심각한 수준의 출산율 저하, 고령화, 지역적 인구 불균형이라는 인구학적 위기를 경험했다. 그러나 ‘민족가구’로는 이러한 위기를 극복하기 힘든 상황을 맞이했고, 이는 곧 국가의 위기로 받아들여졌다. 이 사회들에서는 공통적으로 경제성장과 고학력화 등과 함께 소비 중심 사회로의 변화가 빠르게 일어났다. 또한 무엇보다 사회적 재생산 영역의 상품화와 시장화가 급속하게 진행되었다. 국가, 시장, 가족, 제3섹터 등에 의해 균형있게 수행되어야 할 사회적 재생산 영역이 급격히 상품화되면서 시장이 사회적 재생산을 담당하게 되는 상황을 낳게 되었다.(Bexanson and Luxton 2006)사회적 재생산이란 인구 재생산 뿐만 아니라 인간을 사회적 존재로 사회에 참여하게

하는데 필요한 모든 과정, 출산 뿐만 아니라 사람을 생존하게 만드는 모든 과정을 의미한다. 특히 미래의 노동인구를 만들어내고 이들의 노동력이 일상적인 차원, 세대적 연속의 차원에서 유지되도록 의식주, 안전, 건강, 돌봄을 제공하는 과정 뿐 아니라, 한 사회가 유지되는 필요한 지식과 사회적 가치, 문화적 관습을 전수하고 집합적 정체성을 만들어내는 모든 사회적 과정을 포함한다. 사회 성원의 생물학적 재생산뿐 아니라 사회를 유지하는 사회적 행위의 재생산을 제대로 하지 못하는 사회는 유지될 수 없다(김지영 2010). 이렇듯 사회적 재생산이 사회 유지를 위해 가장 필수적인 영역임에도 국가나 시민사회가 수행하던 ‘관리’ 및 ‘조정’ 기능은 점차 줄어들고 있다. 무엇보다 신자유주의적 세계화 이후 기업체, 금융시장 행위자, 정부가 자본축적이라는 하나의 이해관계로 묶이면서 총자본의 이해는 증진되었지만, 계급 격차는 심화되었고 여성 및 청년층의 하향 취업 및 실업 상황은 가속화되었다. 이런 현상은 동북 아시아 및 사회주의 발전국가에서도 나타난다. 특히 주거와 교육, 일자리 등 기본적인 사회적 서비스를 제공해왔던 중국, 러시아 등의 사회주의국가들마저 신자유주의적 세계화과정에 적극적으로 편입되면서 주거와 교육비용이 천정부지로 치솟고 계급격차와 빈곤화가 심화되고 있다. 빈곤계층의 삶의 불안정성과 위기는 말할 것도 없고, 중산층의 위기 문제를 심각하게 토론해야 하는 것은 계층 재생산에 대한 강한 욕망과 계층적 지위에 대한 확신을 가졌던 중간 정도의 자산가 계층도 이제 스스로의 재생산을 만들어내지 못할 상황에 놓이게 되었기 때문이다. 이 때문에 불안감은 가속되고 위기는 현실화된다.

이 세 나라는 더 이상 고성장의 발전국가가 아니라 저성장의 후기 발전국가(post-developed state)로 이행하면서 삶의 질에 대한 기대가 높아진 반면, 이에 부합하는 국가 주도의 전면적 복지체제를 갖추지 못했다. 가족이 국가를 대신하여 위기 해결과 복지 기능을 담당해왔지만, 점차 결혼을 통해 가족을 구성하기도 어려운 인구 층이 늘어났다. 결국 국가는 싼 비용으로 외국에서 이주자를 불러들여 이런 위기를 봉합하고자 했다.

특이할 만한 것은, 이주 노동자에 대한 반정주 정책(anti-settlement policy)과 대조적으로 이 세 나라에서 정착형 이주자인 결혼이민자가 급증했다는 점이다(Koichi et al 2016). 1980년대 중후반 이후 국제결혼이 급증한 것은 사회경제적 변화가 결혼과 배우자 선택에 미친 영향 때문이다. 이성애에 기반을 둔 결혼 및 가족 제도는 ‘남성 생계 부양자, 여성 가사 노동자’라는 성별 노동 분업을 통해 인구 재생산을 이룩해왔고, 여성들이 가사 및 육아 노동을 무임으로 수행함으로써 자본 축적과 빠른 경제 발전이 가능했다. 그러나 생계 부양자로서 남성의 역할은 불안해지고, 여성들 또한 학력 및 경제력을 갖추면서 노동시장에 참여하는 비율이 높아졌다. 급속한 경제발전에서 혜택을 받지 못한 결혼청년기를 넘긴 저소득층 남성의 수가 급증했고, 여성의 경우 결혼을 자연스런 통과의례가 아닌 ‘선택’으로 간주하는 경향이 강해졌다. 동아시아 지역의 국제결혼의 증가는 1990년대 국제결혼이 국내 결혼 시장에서 불리한 위치에 있는 저소득층 남성들, 특히 농촌지역 남성들의 결혼 수요의 결과라고 주장한다. 일본은 주로 농촌에서 부모로부터 농사와 땅을 물려받은 남성들, 대만의 경우는 농사나 미숙련 제조업

에 종사하는 남성들이 국제결혼의 주요 수요자라는 것이다. 한국 또한 농촌 남성들에 의해 국제결혼이 시작되었지만 지금은 도시 저소득층 남성이나 재혼을 원하는 남성들이 주요 수요층이 되고 있다. 일본의 경우 전체 결혼 중 국제결혼이 차지하던 비율이 1965년에는 0.43%였으나, 1980년에는 0.93%, 2005년에는 5.77%로 급증했다(53). 또한 2006년 국제결혼이 4만 쌍에 이르러 전체결혼의 6.11%를 차지하며 최고의 수치를 기록했지만 이후는 매년 평균 2만 쌍 정도로 줄어들면서 안정적인 증가를 보이고 있다. 2013년 국제결혼은 총 혼인건수의 3.25%를 차지한다. 즉, 새로 결혼하는 30쌍 중 한 쌍이 국제결혼 커플이다.

동아시아 삼국 중에서 국제결혼이 가장 빠르게 증가한 나라는 대만이다. 1980년대 중반 이후 국제결혼이 시작되었고 1990년대 그 수가 빠르게 증가했다. 2005년에는 등록된 결혼 총수의 20%가 국제결혼이었다. 2006년에는 대만에서 태어난 아이 10명 중 한 명이 국제결혼 부모를 둔 가정 출신이다. 대만으로 결혼이주를 하는 여성들의 출신국가는 중국, 베트남, 인도네시아, 태국인데, 이 지역에 대만 자본가의 해외 투자가 많고, 대만인과 지역인들의 교류가 늘어나면서 국제결혼이 급증했다. 1990년대 베트남 여성과 대만 남성의 결혼은 상업적 중개업에 의해 대규모로 이뤄졌지만, 중국인과의 국제결혼은 상업적 중개보다는 친척이나 친구에 의한 소개를 통한 국제결혼 비율이 높은 것으로 보고되고 있다. 현재 대만의 결혼이민자 여성은 약 40만 명에 이른다.

일본, 대만과 마찬가지로 한국에서도 국제결혼이 급증했다. 1990년대 중국 및 재외 동포들과의 동족 결혼이 시작된 이후, 2003년 이후부터 동남아시아 지역 여성과 한국 남성과의 국제결혼이 급증했다. 2006년에는 ‘다민족, 다문화사회로의 이동’이 선언되고 국제결혼 가족은 ‘다문화가족’으로 명명되면서 국제결혼에 대한 국가의 적극적인 개입이 이뤄지기 시작했다.

동아시아 국가들은 특히 종족적 동질성이 강하기 때문에 결혼이민자의 급증은 사회적 우려를 낳기도 한다. 아시아에서 급증한 국제결혼은 전형적인 동아시아 단일민족 중심의 시민권(East Asian mono-ethnic citizenship) 개념을 변화시키고 있다. 이 사회들에서는 다문화 담론을 통해 결혼이민자의 사회통합을 적극적으로 지원하지만, 한편으로는 결혼이민자와 그 자녀들에 대한 과도한 동화 정책 및 사회적 분리를 통해 결혼이민자를 이등시민으로 고착화시키는 등의 문제가 발생하고 있다.

### 3. 문화이주와 헬조선 이주

한국을 목적국으로 선택한 이주자는 경제적 동기 뿐만 아니라 문화적 열망을 갖고 한국행을 선택한다. 빠른 경제적 성장에 비해 ‘이미지’가 부재했던 한국 사회가 최근 외국인들에게 ‘사회적 상상력’을 자극하는 나라로 부상한 것에는 1990년대, 특히 2000년대 이후 확산된 한국 대중문화의 역할 또한 컸다. 한국에 대한 사회적 상상력을 자극한 것은 드라마, K-Pop을 포함한 한류였다. 위키피디아는 한

류, 즉, 코리안 웨이브(Korean Wave)를 1990년대 이후 한국 대중문화의 점증하는 인기를 지칭하는 신조어로 규정한다. 동아시아와 동남아시아를 중심으로 한국 드라마가 인기를 얻게 되면서 한국은 사회문화적으로 매력적인 국가로 부상했다. 이후 K-Pop은 재능있고 자유로운 한국 젊은이들이 주도하는 역동적인 한국을 전 세계에 각인시켰다. 외국의 젊은 세대들은 젊고 현대화된, 소위 ‘꿈이 이뤄지는 나라’로 한국을 욕망하게 된다. 욕망은 글로벌 네트워크를 통해 동시대적으로 공유되고, 적지 않은 외국인들이 한국어를 공부하고 한국에 체류하기 위해 한국으로 온다. 이러한 ‘문화적 이주’는 새롭게 등장한 이주패턴이다. 즉, 현재 한국에는 다층적이고 임시적이며 쉽게 범주화되기 어려운 다양한 외국인 체류자들이 있다. 이주노동자나 결혼이주 여성 또한 한류를 통해 한국에 대한 이미지를 상상하고 이주 욕망을 증대했다고 말한다. 여전히 분단국가로서의 위험은 산재하지만 한국이 과시해 온 경제적, 문화적, 사회적 풍요로움은 많은 이주자들에게 한국을 욕망하는 나라로 선택하게 만들었다.

그러나 이윤을 창출할 목적으로 만들어진 대중문화는 욕망을 판매하는 산업이므로 그 사회의 실체를 알려주는 적절한 텍스트는 아니다. 이 때문에 많은 이주자들이 현란한 자본주의와 여유 있는 문화생활을 상상하고 왔다가 급작스럽게 실망한다. 한국에 온 이주자들은 이주 전 한국에 대해 상상했던 것과 그들이 몸담은 현실 사이에 괴리를 자주 경험한다고 말한다. 인천 공항의 화려함 때문에 잠깐 들떴던 기분은 고향보다 더 고립되고 낙후된 지방의 영세공장으로, 산으로 둘러싸인 고립된 농촌으로, 계속해서 거주지를 이동하는 도시의 척박한 삶 속으로 정박하게 되면서, 실망과 두려움으로 변한다. 이들은 이 세상에 허용되는 언어는 한국어와 영어뿐이라고 믿는 적대적인 출입국직원, 고용주와 동료, 남편과 그의 가족들에 둘러싸여 자신의 언어를 억누르고 성급하게 김치에 적응해간다. 무엇보다 대중문화에서 봤던 화려한 외모, 유머, 활력, 세련됨, 낭만함을 갖춘 한국인은 드물고, 화난 관리인의 얼굴로 욕을 하거나 잔소리를 늘어놓은 한국인들과 마주하게 된다. 또 이들은 자신을 아이나 지능이 낮은 사람처럼 취급하는 한국인을 자주 만난다. 생김새가 비슷해서 서구인들에 의한 유색인종 차별과 같은 것은 없으리란 기대로 온 베트남 노동자는 다른 아시아인들에 대한 무시가 몸에 밴 한국인들을 이해할 수 없다. 친절할 한국인조차 동정이나 시혜수준을 넘어 이주자를 한명의 권리를 가진 인격자로 대우하지 않는다.

그럼에도 불구하고, 글로벌 경제 회로는 문화적 회로와 결합하여 사회적 상상력을 낳고 실질적으로 사람들의 이주를 현실화해내는 역할을 한다. 이 때문에 한국에 유입된 이주자들은 한류에서 재현된 ‘한국적’ 현실들을 유학, 사업, 노동, 결혼 등 자신의 구체적인 현장에서 실현시키고자 한다. 이들의 이주와 정주는 이런 점에서 경제와 문화가 결합된 복합적 이주이다. 즉, 한류는 자본을 이동하고 청년/젠더/섹슈얼리티를 통한 매력과 역동성의 발신 역할을 하지만 동시에 바로 그 계급적, 피상적, 착취적 성격 때문에 실질적인 사회 변혁을 지연시키는데도 기여한다. 한국의 경제, 문화적 피해함에서 벗어나기 위해 한국을 떠나는 여성 및 청년들의 이주는 한류를 통해 재현되는 한국 사회와 안티-여성, 안티-청년의 구조적 위계를 지속하는 실제적 한국 사회의 괴리를 증명해준다. 소위 글로벌 계층 상승과 새로운 라이프스타일을 위해 이주하는 한국인뿐만 아니라, 만성적인 실업, 문화적 척박성의 상황에서 벗어

나기 위해 ‘탈-조선’하는 청년이주자 또한 증가하고 있다. 여전히 영어 교육과 해외 대학 학위라는 글로벌 문화자본을 획득하기 위해 한국을 떠나는 소위 ‘학생이주자’의 비율은 전 세계에 유래가 없을 정도로 높다. 동시에 심화된 빈부격차 때문에 한국을 떠나 다른 곳에서 일자리를 찾아 떠나는 생계형이주자, 즉 ‘생존회로’를 통해 이주하는 한국인의 비율도 증가하고 있다. ‘워킹홀리데이’ 등의 단기 체류로 호주, 미국, 캐나다 등지로 진출하는 청년들이나, 건설이나 서비스 분야의 일자리를 위해 일본으로 가는 ‘뉴커머’들은 한국의 경제적, 문화적 기회 부족 때문에 해외로 떠난다. 동시에 문화적 척박성을 탈피하기 위해 떠나는 청년 및 여성이주자도 급증하고 있다. “한국 사회가 너무 피곤하고 인간적인 삶을 살 수 없는 사회(21쪽)”고, “사람을 소위 ‘스펙’과 물질적 성취로만 판단하는 한국문화”에 대한 반감으로 탈조선하는 해외 장기 체류 이주자들이 증가하고 있다(이민영 2017). 이들은 신자유주의 경제가 추동해 낸 끝이 없는 경쟁과 인간의 서열화라는 선택지 없는 삶에서 벗어나 문화적 치유를 하기 위해 인도 등 물가가 싼 지역에서 장기 체류하기도 하고, 기술을 취득하여 복지제도가 보장된 북유럽 국가로의 이주를 감행하기도 한다. 또 고령화 사회가 도래하면서 이주는 더 이상 젊은 연령층만의 선택이 아니다. 한국의 높은 소비자 물가 때문에 중산층 라이프스타일을 유지하기 어려운 은퇴나 퇴직 후의 장년층도 물가가 상대적으로 싸고 좋은 자연환경을 제공하는 아시아 지역으로 ‘은퇴’ 이주한다.

#### 4. 결론

동아시아 발전국가들이 축적된 자본을 전면적 복지 체제의 구성에 재투자하지 않은 결과, 사회의 지속가능성은 약화되었고 사회적 재생산의 위기를 맞이했다. 동북아시아의 국가 경영의 실패는 재분배의 정치에서의 실패로 특징지을 수 있다. 1990년대 이후 냉전체제가 붕괴하고, 전 세계가 하나의 시장으로 통합되는 신자유주의적 세계화가 가속화됨으로써, 동북아시아 국민들은 경제 발전의 ‘공공적 재분배’의 수혜를 받지 못한 채 또 다른 경쟁체제에 동원되었다. 이들은 자신의 삶의 질을 향상시키기 위해 ‘소비’ 시장으로 뛰어들었고, 결국 충분한 임금이 보장되지 않은 상황에서 이들은 빚더미에 올라앉거나 ‘탈-국가’의 해외이주를 감행하고 있다. 국가는 사회적 재생산의 위기를 이주자의 임시적 유입을 통해 해결할 수 있다고 안이하게 대응하면서도 이주자들을 지속적인 무권력 상태로 정박시키고, 때문에 실질적인 다문화사회로의 이동 또한 이루어지지 않는 것이 현재의 상황이다. 이와 동시에 국가에 대한 기대를 버리고, 실질적인 생존의 위기를 해결하기 위해 ‘탈’ 국가를 선언하며 이주하는 여성 및 청년층이 급증하고 있다.

신자유주의 권의주의 국가 발전 모델을 지속해 온 한국 사회에서 유입되는 이주자와 해외로 나가는 국민의 대조적 풍광은 사회적 재생산의 위기의 현상이며 결과물이다. 이를 통해 우리는 ‘국가’라는 경계가 얼마나 유동적이며 보호적 기능을 상실하고 있는지를 알게 된다. 또한 이미 다중적 소속감과 정체성을 갖고 살아가는 아시아인들이 급증하고 있다는 점을 이해한다. 현재의 이주 풍광은 복지 없는 경제 모델에 대한 진지한 의문을 제공하게 한다. 즉, 한국에 유입된 이주자는 단순히 저출산 및 노동력

부족을 위해 유입된 도구적 대상이 아니라는 점을 명확히 이해해야 한다. 이들은 인권과 인격을 가진 주체로서 이미 한국이라는 사회 건설에 적극적으로 참여하기 때문에 이들의 사회적 재생산을 위한 사회적 통합 정책이 필요하다. 이들은 자국과 한국 두 나라의 신자유주의적 경제 위기를 해결하기 위해 이동하는 주체들이다. 예를 들어, 국제결혼을 한 여성들은 두 가족 간 적절한 수준의 교환을 통해 자신의 본국의 가족과 한국에서 만든 새로운 가족 간의 문화적, 경제적, 사회적 연결성을 만들어내는데 기여한다. 국제결혼 가족의 정기적인 친정방문, 외가방문, 처가방문이나 송금, 교육과 양육에서의 협력 등은 글로벌 가구의 성원으로서의 상상력을 확장시키기도 하고, 이후 구체적인 초국적 실천을 가능하게 한다. 이들은 이미 일국의 범위를 넘어서는 초국적 가족을 구성함으로써, 원 가족과 한국가족 간의 지속적인 상호 방문 및 사회문화적 소통과 경제적 상호 지원 등을 하고 있다. 이는 국제결혼 이주자들이 단순히 한국의 인구 위기를 해결하는 수단이 아니며, 이들은 지속적으로 정체성을 협상하고 구성하면서 두 개 이상의 국가의 '국가 건설'과 '사회적 재생산'의 과정에 참여하고 있다는 점을 설명한다. 다문화가족의 이러한 행위성에 대한 이해는 국가가 추진하는 다문화 정책 뿐 아니라 시민사회가 추구하는 시민권의 확장에도 중요한 기여를 할 것이다. 국제결혼을 통해 두 국가 이상으로 확장된 친족망은 한 국가에서 경제적 위기를 심각하게 경험하고 있는 사람들을 초국가적으로 연결해내는 안정망으로 기능한다(김현미 2014:62).

또한 한국을 떠나 해외로 이주하는 여성 및 청년들은 단순한 임시적 유예가 아닌 적극적인 라이프스타일 이주를 감행하면서 비인격적, 비인간적인 방식으로 일자리 및 서열경쟁을 확장시켜 온 한국에 저항한다. 이들의 선택은 왜 한국 사회가 저출산 상태를 못 벗어나고 있는지를 잘 보여준다. 이들은 한국 내에서 세대적·사회적 재생산의 위치를 박탈당하고, 다국적 이동을 통해 삶을 살아가는 경제문화 난민이다. 우리는 국가가 해결하지 못한 사회적 재생산의 문제에 있어서 국가의 경계를 유동하며 국가 간 자원을 연결시켜내는 이주자들의 초국적 실천에 주목해야 한다. 이들은 다국적·다행위자간·다세대간 맥락에서 개인적 생존을 모색한다. 이는 동북아시아 발전주의 모델의 한계와 결과를 보여주는 이주의 모습이다.

### 참고문헌

김지영. 2010. "사회적 재생산—생산하는 재생산의 역학", 사회적재생산연구회 엮음 『여/성 노동 가치를 말한다』 전남대출판부

김현미 .2014. 『우리는 모두 집을 떠난다: 한국에서 이주자로 살아가기』서울: 돌베개.

이민영. 2017. "‘헬조선 탈출’로서의 인도 장기여행," 조문영 외 지음, 『헬조선인앤아웃』 서울: 놀민

Diane Elson. 1998. "The Economic, the Political and the Domestic: Businesses, States and Households in the Organization of Production." *New Political Economy* 3(2),

Kate Bezanson and Meg Luxton. 2006. "Social Reproduction and Feminist Political Economy" In Kate Bezanson and Meg Luxton, eds. *Social Reproduction*. McGill-Queen's University Press

Koichi Iwabuchi, Hyun Mee Kim and Hsiao-Chun Hsia. 2016. "Rethinking Multiculturalism from a Trans-East-Asian Perspective in Iwabuchi et al (eds), *Multiculturalism in East Asia: A Transnational Exploration of Japan, South Korea and Taiwan*. London · New York: Roman & Littlefield.

발표2

# 한류 4.0시대의 동북아 사회문화교류: 기회와 도전

| 이화여대 커뮤니케이션·미디어학부 **이혜은** 교수 |



# 한류 4.0시대의 동북아 사회문화교류: 기회와 도전

이화여대 커뮤니케이션·미디어학부  
이혜은 교수

## Abstract

Northeast Asia is a region where confrontation and cooperation coexist. Due to historical, territorial, and ideological factors, the regional security dilemma is difficult to solve. However, communications and collaborations are flourishing in this region as the nations share similar cultures. Using cultural similarities to ease regional tensions would be one way to encourage bonding among them. Thus, Korean wave is perceived to promote social and cultural exchanges in this region, which will contribute to peace and stability of the relationships. In the era of Korean wave 4.0, the spread of Korean lifestyles brings the opportunities and challenges of social and cultural exchange in Northeast Asia. This article analyzed the opportunities and challenges of social and cultural exchanges in Northeast Asia which are brought about by Korean wave 4.0 and proposed some suggestions towards this situation.

*Keywords:* Northeast Asia, Korean wave 4.0, Hallyu 4.0

## Introduction

Northeast Asia is one of the most complex, fragile districts in the global security landscape. The regional security dilemma is concentrated and intensive, and is generated by a complex and tangled mix of historical issues, ideological factors and disputes over real interests. Meanwhile, this region is one of the most likely places to achieve economic, political, and cultural exchange and collaboration among countries as nations such as Korea, China, and Japan, share a similar culture. Furthermore, it is also possible to build the Northeast Asia community identity. This kind of identity has

been viewed as the promoter of regional peace (Nam, 2015).

From the perspective of the Korean wave, Woo (2008) indicated that Korean wave is a compelling factor of the Northeast Asia community identity as it can accelerate the regional exchange and cooperation, and enhance the understanding and trust amongst the nations in Northeast Asia (Nam, 2015). Korean wave, also known as Hallyu, has been defined as the worldwide spread of Korean movies, dramas, music and other cultural products (Ko, 2005). However, if it is discussed about at the cultural exchange level, there exists a more accurate formulation that Korean wave is the movement of supranational capitals, media, and individuals, which is a typical enculturation (Zo, 2002). Also, it is seen as a useful tool in community making (Jin & Yoon, 2016) due to the function of enabling people from getting from different places into one community, mostly online. It is why Chen (2016) sees it as a soft power through which there is cultural imperialism, cultural diplomacy and spreading of cultural image. Imperialism shows the one-way-ness of the Wave, although it is getting blurred with every new co-production, whereas diplomacy shows the power of creating better relations in between countries and cultures. However, diplomacy is not necessarily always good as there can be bad diplomacy as well unless it is controlled well. Spreading cultural image was visible from the start. It is also an important factor on creating globalized culture which was acclaimed as one of the diverse features of Korean wave (Hogarth, 2013).

There are four phases in the development of Korean wave. Firstly, the widespread of Korean drama in Asia, which is the starting point of Korean wave, has been called Korean wave 1.0. Secondly, with the rise of K-pop music and the increased recognition of Korean idols, Korean wave ushered in its 2.0 era. In the era of Korean wave 3.0, Korean wave has faced three main changes: firstly, the content consists of not only popular culture but also language, food, and traditional culture. Secondly, Korean wave has been accepted in Asia and throughout the world. Thirdly, Korean wave is diffused not only through media such as television and radio, but also on the Internet (The Research of Korean Wave Promotion Plan, 2012). Currently, Korean wave is experiencing its 4.0 version indicating that Korean lifestyles such as beauty, fashion, tourism have been widely accepted all over the world (Ssen & Holly, 2013).

In the era of 4.0, Korean wave is not just the simple export of cultural products, which can generate immense economic values. Nowadays, as the national strategy, Korean wave concentrates more on the spread of Korean lifestyles to improve national visibility. Moreover, it emphasizes corporation and collaboration with the importing countries in contents' production and promotion. Thus, the newest phase of Korean wave offers a platform to strengthen mutual understanding and corporation. As China and Japan are the most influenced nations by Korean wave, it is likely that Korean wave 4.0 will offer some opportunities for the economic and cultural exchanges of Northeast Asia. However, challenges also exist as there are some anti-Hallyu phenomena in the spread of Korean wave. Thus, it is essential for the citizens of Northeast Asia to exploit its opportunities and solve the problems it may bring with, which will contribute to the peace of Northeast Asia.

### Early Korean wave in Northeast Asia

According to Kim (2012), the Korean wave, namely Hallyu, has gained its popularity since 1990s. Kim and Nam (2010) indicated that rational cultural proximity would help individuals accept foreign cultural products. Thus, the Korean wave was first and widely accepted in Northeast Asia where similar cultural values and systems were shared with one another. The Korean wave started in Japan as the singer Lee Seongae attracted Japanese people with her songs and won the 19th Japan Record Award in 1977 (Park, 2009). Then in 2002, *Winter Sonata* earnestly opened the door of Korean wave in Japan. With an audience rating of 20.6% in Kanto and 23.8% in Kansai, this Korean drama achieved a surprising success in Japan (Park, 2009). According to Oh (2011), with the influence of *Winter Sonata*, Japanese audiences began to accept Korean popular culture including idols. In 2002, a Korean signer, BoA debuted in Japan with her song *Listen to My Heart* which ranked first in Oricon Chart. Moreover, TVXQ's song *Stand by U* achieved the top of Oricon Chart 28 times in 2009 (Park, 2009). As for films, *Shiri* (1999) has achieved great success in Japan with an exporting price at 130 million dollar and 120 million bums on seats. In 2006, MK Pictures in Korean and GDH Company in Japan planned to produce the drama version of *Shiri* with a budget of 5.39 million dollars (Park, 2009).

As for China, per Yang and Chung (2015), the popularity of the Korean wave started

as the Korean drama *What is Love* was broadcasted by CCTV in 1997. Then, with the spread of a series of Korean dramas such as *Lady Mermaid* (2004) and *Dae Janggun* (2005), the Korean wave achieved a huge success in China (Yang & Chung, 2015). Because of Korean wave, Chinese people began to feel interested in Korean food, traditional Korean culture and even the Korean language. Then in the mid 2000's, K-pop began to sweep all over the China. K-pop stars such as TVXQ and Girls' Generation were favorite celebrities among Chinese youth. However, in 2006, with the intervention of Chinese government, the amounts of imports of Korean dramas declined by more than 15% (Park, 2007). Since the relationship of Korea and China improved in 2013, Korean dramas like *The Heirs* and *My Love from the Star* were widely spread in China, and it was viewed as the returning of the Korean wave (Yang & Chung, 2015).

After Mongolia established diplomatic relations with Korea in 1990, the Korean wave started its diffusion in Mongolia. At first, the Korean dramas in Mongolia were almost imported from China, but in 1990 when *Sand Glass* swept across Mongolia, Mongolian National Broadcaster began to import Korean dramas from Korea directly (Lee, 2006). Korean dramas such as *Winter Sonata*, *The Age of Wild Man*, *Dae Jang Geum*, and *Empress Myeongseong* won high popularity in Mongolia (Lee, 2006). Not only dramas, K-pop has also been cherished, thus many K-pop stars are famous in Mongolia. In 2013, ETV broadcasting company held a K-pop concert named "T-ara and K-pop stars", and it was well received (Tserendulam & Shin, 2014). In addition, Korean food, language and make-up have been widely accepted by Mongolians. Tserendulam and Shin (2014) indicated that there were over 400 Korean restaurants in Mongolia's capital, Ulan Bator.

### Opportunities by Korean wave 4.0: Co-production with Other Nations

Per Jang (2015), co-production refers to the collaboration that two or more countries share in regards to production fees, creation, and production of media contents including films, dramas and other TV programs. In the earlier stages of Korean wave, Korea mainly co-produced with Japan. Co-production on projects such as *Ghost* (2010), *Sayonara Itsuka* (2010), *Air Doll* (2009), *Postman to Heaven* (2009), *Paradise* (2009), *No boys No cry* (2009), *My Girlfriend is a Cyborg* (2008), *Dreams* (2008), and

*Virgin Snow* (2007) facilitated social and cultural communication and collaboration between Korea and Japan, even though some of them did not achieve great success financially nor in terms of communication and collaboration (Jang, 2015).

As Korean wave is continuously affecting China, China is seeking a new method to cooperate with Korea in the entertainment industry. The State Administration of Radio and Television (SARFT) in China demands that the formation of entertainment programs bought from other countries must be localized before broadcasting to Chinese audiences (Jeong, 2015). Therefore, many television stations that import the Korean formation invite the Korean staff to help with production. For example, *Runningman*, a famous entertainment program of SBS (Seoul Broadcasting System), has been made into a Chinese version, and many Korean staff members were invited to China to co-produce the program with Chinese staff. As for films, China is famous for its tight restriction on foreign films. In 2016, China only allowed 34 foreign films, while there were 473 films released. Therefore, it is expected to have more and more movies being co-produced by Korea and China in the future. Additionally, SARFT adopts a prior censorship towards dramas. As Korean dramas are always released before their production has completed, it is difficult for Korean dramas to receive approval in the SARFT censorship process. Accordingly, there will be more dramas co-produced by Korea and China. Other than co-production, there are also Chinese dramas which include Korean actors/actresses as main or side characters. For example, *God of War Zhao Yun* (2016), which was aired on Hunan TV, starred famous members from SNSD. Also the movie *Dragon Blade* (2015) starring Jackie Chan included famous Super Junior member, Choi Si-Won. *One and a Half Summer* (2014) is another example of the popularity of using Korean actor/actresses, starring Nichkun from a boy band, 2PM, as the main actor. This assimilation of the Korean actors/actresses into Chinese drama may be highly profitable for Korean Wave and ongoing spread of Korean culture.

In 2013, the Ministry of Culture, Sports, and Tourism of Korea and SARRFT in China signed the China-Korea Film Co-production agreement which offers co-produced movies equal treatment as homegrown films in China (Jeong, 2015). Additionally, the governments of the two countries established a co-production fund to promote cooperation between Korean and China. Thus, there have been many co-produced

films and some of them have achieved success. For instance, *20, once again*, the Chinese version of *Miss Granny*, has earned \$53 million at the box office. *The Witness*, the Chinese version of *Blind*, has earned \$31.2 million at the box office. Even *A Wedding Invitation*, the earliest co-produced film after the agreement was signed, has earned \$27.6 million at the box office (Sean, 2016). As for the entertainment program, according to Weishisudi(2016), the Chinese version of *Runningman*, owned highest ratings achieving 4.76%, which is extraordinarily high in China. The first season of *Runningman* came out in 2014, and there have been four seasons since then. Likewise, the Chinese version of *Dad, Where Are We Going?* has witnessed the broadcasting of its fourth season, while the Korean version lasted only two seasons. Those examples show the possibility and potential for co-production between Korea and China, which will promote the social and cultural communication and cooperation within Northeast Asia.

### Challenges: Anti-Hallyu Phenomena and Restriction Policies

Although Korean wave has brought many opportunities contributing to economic and cultural exchange within Northeast Asia, there are some challenges, such as anti-Hallyu phenomena and restriction policy, which may prevent Korean wave from promoting exchanges and cooperation in this region. Per the research of Korean wave promotion plan in 2012, the spread of Korean wave is a one-way communication process regardless of cultural pluralism and interaction with importing countries. Therefore, many importing countries criticize Korean wave as a cultural aggression with an extreme sense of superiority. Moreover, as Korean wave has been viewed as cultural products which are a pillar industry of Korea, Korean government offers a great deal of policy support to the entertainment industry. However, this kind of support has been regarded as the government's intervention to control other nations' culture. The trend of anti-Hallyu, along with the continuously changing situation in Northeast Asia, casts a shadow over the social and cultural exchanges in Northeast Asia.

### THAAD and Korean-limited Ordinance

Woo (2008) indicated that China is trying to dispose of the cultural influence of

Western countries and is striving to find its own cultural core combining traditional Confucianism with Chinese nationalism. Although China acknowledges the deep influence of Korean wave in China, this kind of effect has been viewed as a cultural aggression. Moreover, Chinese are famous for their nationalism as they appreciate their own culture. Therefore, it is imaginable that there will be a series of anti-Hallyu behaviors in China. There exists a lot of anti-Hallyu incidents, and one of the most recognized is the anti-Super Junior incident in 2010. When the World Expo was held in Shanghai, Super Junior members experienced conflicts with one Chinese armed policeman who was on guard due to a ticket crisis. According to rumors, Super Junior was expected to give away 5000 tickets although only 2500 tickets were actually planned to be given away. Therefore, waiting fans got angry and started to shout and beat the standing policemen to the ground. At the end, some fans blamed the policemen who did not let them in instead of ticket sellers which encouraged the anti-Hallyu emotion in China. Then, Chinese netizens began to attack the BBS of Super Junior and more excited protesters marched the streets to express their anti-Hallyu emotions, blaming fans and Super Junior of not considering policemen and volunteers on the ground.

The anti-Hallyu emotions were extremely visible in 2016 when Korea and the U.S. talked about the settlement of THAAD (Terminal High Altitude Area Defense), which refers to a United States Army anti-ballistic missile system designed to shoot down short, medium, and intermediate range ballistic missiles in their terminal phase using a hit-to-kill approach (Defense News, 2016). Feeling threatened by THAAD, many Chinese people spontaneously boycotted Korean wave including Korean drama, films, celebrities, makeups, and traveling to Korea. Lotte is the most disastrous company this time as it provided the land to settle THAAD. According to the cover of *Yonhap News Agency* on March 8th 2016, half of the Lotte Mart in China has been shut down due to the boycott of Chinese. Moreover, *Asian Economy* indicated that the revenue of Lotte duty-free declined by 25% from March 19, 2016 to March 20, 2017 compared with the previous year. A Chinese web celebrity called Mu Yayan uploaded a video insulting Lotte and Koreans to Youtube, which caused an online fight between Chinese and Korean netizens. Those incidents have become the stumbling block of the relationship of Korea and China, which will influence the social and cultural exchange of Northeast Asia.

What is more serious is the Korean-limited ordinance enacted by the Chinese government. Although it was not admitted by the Chinese government, this ordinance aims to limit the contents from Korea and restrain Korean celebrities to appear in Chinese advertisements, dramas, films and entertainment programs. Korean actress Yoo In-Na was originally cast in the Chinese drama *Shuttle Love Millennium*, but was replaced by a Chinese actress. Likewise, the director Shin Woo-Chul canceled the shooting of *Secret Garden* Chinese Version because of this ordinance. Moreover, programs on the air cannot escape from the ordinance. One program on Jiangsu TV Station in China deleted almost all of the scenes where Psy and Ikon were featured, despite the fact that they should have been the main guests of the program. All of those incidents implied the existence of Korean-limited ordinance, which interrupts the communication and cooperation between Korea and China. Thus, it is unavoidable that the social and cultural exchanges within Northeast Asia will be influenced negatively, which will generate harmful aftereffects on regional peace and development.

### Contrasting Feelings under Territorial and Historical Disputes

Different from the anti-Hallyu situation in China, Japanese boycott Korean contents due to more complex reasons concerning territory and history. Per Kim and Kim (2016) Korean wave had been sweeping across Japan starting with the spread of *Winter Sonata* in 2013. However, since the former president Lee Myung-bak visited Dokdo island in 2012, the mania for Korean wave has cooled and the number of Korean wave contents being imported continues to decline. After 2012, there were no more Korean celebrities appearing in *The NHK Red and White*, a famous Japanese TV program which is traditionally watched on January 1st every year and is the highest-rated program almost every year. Moreover, as the far-rightists in Japan have been constantly protesting the Korean wave contents, broadcasting companies such as Fuji TV started to reduce the broadcasting of Korean wave contents and decided to not invite Korean actors and idols as program guests as before. Now in Japan, the atmosphere of anti-Hallyu makes Korean wave fans unable to express their support and love for Korean wave (Kim & Kim, 2016).

The anti-Hallyu situation results from a complex composition of territory and history as mentioned above. The sovereignty of Dokdo Island and sexual slavery by the

Japanese military are the two major problems influencing the Korea–Japan relationship negatively. Anti–Hallyu emotion seems to originate from the aversion to Korea (Kim, Song & Jang, 2014). Every time there is a contradiction about Dokdo island or sexual slavery done by the military, there are anti–Japan emotions and voices in Korea. Subsequently, those emotions and voices are reported by Korean media, which then become the materials supporting Koreans’ anti–Japan emotions to Japanese through the inciting behavior of far–rightists. Especially when *Chosun Ilbo* and *Joongang Ilbo* released their Japanese version, it was easier for Japanese to touch and feel the anti–Japan emotion and voices of Korea as there is much more anti–Japan news on those two sites. Feeling hurt by Koreans, along with being instigated by right–wing forces in Japan, it is conceivable that Japanese people dislike Korea, which exerts a negative influence on Korean wave. In addition, Japanese media also can hardly absolve themselves from the blame. The reports on contradicts and conflicts between Korea and Japan have become more and more suggestive and aggressive since 2012, having induced Japanese nationalism which is harmful to social and cultural exchange within Northeast Asia.

Dreaming of being a powerful country, the Japanese government has started to push forward with “Cool Japan”, the Japanese version of Korean wave, in order to boost the national economy and improve national image of Japan. The recent decline of Korean wave in Japan can also be attributed to this policy aiming at making Japanese youth interested in enjoying their own cultural contents again. Now, as the Tokyo 2020 Olympic Games approach, Japan is seeking a way to be influential on the global stage, the first stage of which is winning the competition over its Asian neighbors, including Korea. In 2013, a \$500 million fund aiming at building the national brand of Japan was approved by the Japanese Ministry of Economy, Trade, and Industry. This “Japan Brand Fund” is planned to help the development of smaller creative industries and the spread of Japanese modern mass culture across Southeast Asia, Europe and America. This policy may result in indifferent attitudes towards Korean wave, and even other foreign cultures, which is not beneficial to the communication and cooperation within Northeast Asia.

## Mongolian Nationalism and Anti–Hallyu Behaviors

Anti–Hallyu in Mongolia has been constantly emerging when the cultural and economic influences of Korea on Mongolia are increasing. One of the most representative incidents is that a movie director, L. Tavanbayar, posted some anti–Hallyu words along with his photo on Facebook claiming that he cannot tolerate the distorted history of Mongolia in Korean dramas, and that it will ruin underage Mongolians’ conception of history. This post has become a hot issue in Mongolia, which started Mongolians’ conversation about necessary restrictions and limits on Korean contents.

However, that incident is not the start of anti–Hallyu emotion in Mongolia, as there were voices complaining about Korean waves even before 2009. P. Bathuyag, a famous novelist in Mongolia, suggested that Mongolian adolescents are soaked in Korean dramas and K–pop, thus they would be brainwashed by Korean culture and forget their identity as Mongolians. Additionally, a director named L. Naranbaatar indicated that values such as revenge, resentment, and jealousy brought by Korean dramas will ruin the worldview of Mongolians (Guak & Oyuna, 2014). Guak and Oyuna (2014) analyzed Korean wave–related words in news, magazines, broadcasting, and on the Internet and found that those words expressed anti–Hallyu emotion claiming that Korean contents exert a negative effect on juveniles and adults.

The Mongolians that oppose Korean wave not only complain about its negative effects on individuals, but also blame Korean wave for its negative influence on the industries of Mongolia. They believe that some industries in Mongolia, especially the content industry, were ruined by Korean wave, for the spread of it made it easier for Korean companies to enter Mongolia and compete with Mongolian companies. In fact, those anti–Hallyu emotions, voices and even behaviors resulted from the low–quality Korean dramas adopted by broadcasting companies without copyright permission. Although copyright problems have improved, there are still anti–Hallyu phenomena in Mongolia which influence the social and cultural communication, and cooperation within Northeast Asia.

## Conclusion

We are now in the era of Korean wave 4.0, which encompasses not only mass culture and traditional culture of Korea, but also Korean lifestyles. Korean wave has been viewed as a compelling factor to achieve the peace of Northeast Asia as it contributes to regional communication and cooperation in Northeast Asia. This new phase of Korean wave is bringing new opportunities for the region, such as co-production of Korea, and other nations are becoming more and more general, in which staffs from different countries can strengthen the mutual communication and understanding of each other. Moreover, it is easier for individuals to understand the co-producing of contents rather than contents imported as those co-producing contents are made taking importing countries' tastes and needs into consideration. Thus, it can be concluded that co-production is beneficial to social and cultural exchanges in Northeast Asia.

However, compared with opportunities, there are more challenges in the era of Korean wave 4.0. Being criticized as a one-way culture-spreading process, Korean wave is now viewed as cultural aggression by some nations. In Mongolia, many intellectuals accuse Korean wave of brainwashing their youth. Furthermore, as culture interacts with policy and economy, Korean wave will be influenced by political factors while it can contribute to the communication and collaboration within Northeast Asia. The THAAD issue casted a shadow on the cooperation between Korea and China bearing negative consequences on social and cultural exchanges in Northeast Asia, which will, in turn, make the security dilemma in Northeast Asia worse. Additionally, contrasting feelings between Korea and Japan have already cooled the mania for Korean wave in Japan, which will exert a negative influence on the peace of this region.

In conclusion, Korean wave indeed brings opportunities and challenges for social and cultural exchanges in Northeast Asia, and what is more important is that Korean wave, as a culture phenomenon, is influenced by political and economic factors. Thus, it is essential for citizens of Northeast Asia to utilize Korean wave to enhance social and cultural exchanges and meanwhile, strive to maintain regional peace and stability, which is the premise of the development of Korean wave.

## References

- Gang, H. "Korea-restriction ordinance, K-contents and Korean wave 4.0." *Etnews*. <http://suo.im/1SLlky> (accessed 27 December 2016).
- Jang, K. J. 2015. A case study on internationally co-producing independent art films – Centering on a Korea-Japan co-production film, "A Midsummer's Fantasia." *Journal of the moving image technology association of Korea*, (23), 77–98.
- Jeong, S. "The era of Korean wave 4.0: contents and entertainment program imported to China." *Sports Korea*. <http://sports.hankooki.com/lpage/entv/201509/sp20150919081524136670.htm> (accessed 9 September 2015).
- Kim, E. J. & Kim, S. J. 2016. "Japanese and Chinese journalists' views on anti-Korean Wave." *Journal of the Korea contents association*, 16(6), 802–813.
- Kim, J. H. & Nam, Y. 2010. "The effect of ego-network and cultural familiarity in Hallyu. In D.K. Kim & M.S. Kim (Eds.)." *Hallyu: Influence of Korean Popular Culture in Asia and Beyond*, 35–62. Seoul: Seoul National University Press.
- Kim, J. Y. 2007. "Rethinking media flow under globalisation: rising Korean wave and Korean TV and film policy since 1980s." *University of Warwick Publications*.
- Kim, Y. J. "Korean wave 4.0... Break it up into pieces to see the depth of it." [Weblog comment]. <http://blog.naver.com/advance2012/110132055069> (accessed 21 February 2012)
- KOCCA. "Combining contents and commerce, what are the opportunities and challenges of Korean wave 4.0" [Review of the KOCCA Focus 16-04]. KOCCA. <http://koreancontent.tistory.com/2951> (accessed 24 June 2016)
- Kuak, M. K. & Oyuna. 2014. "Anti-hallyu networks in Mongolia: Focusing on the 'structural hole in media, social.'" *government Networks'– Korea-Mongolia regular conference*, pp. 161–188.

Mikedo. 2007. "Culture Wars: Can 'Cool Japan' compete with the Korean Wave?" [Weblog]. <http://beyondhallyu.com/k-pop/culture-wars-can-cool-japan-compete-korean-wave/> (accessed 12 October 2013)

Nam, S. 2015. "A study of the flow and interchange of the Northeast Asia cultural policy for the coexistence." *Northeast Asia Culture Research*, 44, 5-17.

Oh, T. H. 2011. "A study on the introduction of Korean TV dramas in Japan -focusing on the analysis of the causes-." *Collection of Japanese Research*, 33(0), pp. 1-28.

Park, S. A. 2009. "Nationalism and Consumers' Attitudes toward the Korean Wave in Japan." *Humanity Research of Korea and China*, 27, pp. 227-252.

Park, S. H. 2007. "A Study on Recurrence Prevention of Anti-Hallyu of Hallyu Culture Industry -Focused on Productivity Improvement of Culture Industry-." *Productivity Review*, 21(2), pp. 171-195.

Sseno & Holly. "The Era of Korean Wave 4.0." [Weblog]  
<http://sseonholly.blog.me/130180530369> (accessed 26 November 2013)

Terminal High Altitude Area Defense. (n.d.). In Wikipedia online. Retrieved from [https://en.wikipedia.org/wiki/Terminal\\_High\\_Altitude\\_Area\\_Defense](https://en.wikipedia.org/wiki/Terminal_High_Altitude_Area_Defense)

Tserendulam & Shin, T. S. 2014. The Impact of Hallyu (Korean wave) Property on the Attitude of Korean Image, Korean Product Trust, WOM, and Preference in Mongolian Market. *DAEHAN Association of Business Administration*, Korea, pp. 461-481.

Woo, P. K. 2008. "Cultural Identity and Establishment of Community in Northeast Asia." *Korean Peace Research*, Korea, pp.97-103.

Yang, K. & Chung, J. 2015. "An Analysis of the New Korean Wave News Coverage of Chinese Media: Focusing on People's Daily, China Youth Daily, and Xinmin Evening News." *Korea Regional Communication Research Association*, 15(2), 412-442.

발표3

# 일본의 동북아 문화교류와 쿨재팬 (Cool Japan)

| 광운대 동북아문화산업학부 강태웅 교수 |

# 일본의 동북아 문화교류와 쿨재팬(Cool Japan)

광운대 동북아문화산업학부  
강태웅 교수

## 1. 들어가며

현재 일본의 문화와 관련된 정책은 ‘쿨 재팬(Cool Japan)’이라는 하나의 용어로 집약될 수 있다. 쿨 재팬은 내각부, 경제통상성, 총무성, 외무성, 재무성, 환경성, 농림수산업성, 문화청, 관광청 등, 일본 정부 대다수의 관청을 포괄하는 정책으로, 2012년 12월 들어선 아베 신조(安倍晋三) 내각은 ‘쿨 재팬 전략담당 장관’이라는 새로운 자리를 만들어 이를 지휘하게 하였다. 또한 2013년에는 관민 합동의 ‘쿨 재팬 기구’를 발족시켰고, 이 기구는 총 출자금 693억엔(2017년 4월 현재 정부출자 586억엔, 민간출자 107억엔)을 가지고 활동하고 있다. 일본정부가 말하는 쿨 재팬이란, “외국인이 쿨이라고 파악하는 일본 고유의 매력(애니메이션, 만화, 게임 등의 콘텐츠, 패션, 음식, 전통문화, 디자인, 로봇과 환경기술 등)”이고, 쿨 재팬 정책의 목표는 “일본 문화와 라이프 스타일의 매력을 부가가치로 바꾸는 것”에 있다. 쿨 재팬의 특징은 일본 문화의 대표를 전통문화가 아닌 대중문화, 특히 애니메이션, 만화, 게임 등과 같은 서브컬처에 초점을 맞추고 있다는 점이다. 일본정부가 서브컬처 중심으로 문화정책을 전환한 것에는 동북아 문화교류 필요성이 하나의 요인으로 자리하고 있다. 이 글은 쿨 재팬 정책과 서브컬처 중시, 그리고 동북아 문화교류가 어떻게 서로 관계해오며 실행되어왔는지를 살펴보고자 한다.

## 2. 일본의 문화교류에 있어서 대중문화의 등장

패전 이후 일본의 문화교류는 원거리에서 시작하여 근거리로 다가오는 형식을 취했다. 주변국가와의 국교회복이 되지 않았기에 서구국가를 상대로 시작할 수밖에 없었고, 1950년대에는 동남아시아의 시장이 커지면서 비공산국가인 태국, 인도, 파키스탄 등과 교류를 하였다. 이 시기에는 주로 전통문화에 중점을 둔 문화교류가 이루어졌다. 전통문화라 해도 무사도와 같은 전시기 일본의 군국주의를 되새길 수 있는 것은 장려되지 않았고, 다도와 꽃꽂이 같은 문화에 중점이 두어졌다. 또한 한국과 중국에 일본어를 강제하였던 사실이 있기에 일본어 교육에도 적극적이지 못하였다. 1960년대 도쿄 올림픽의 개최와 고도경제성장으로 인하여 어느 정도 전쟁 때의 일본 이미지를 벗어났다고 인식한 일본정부는 1970

년대 들어서는 “적극적”인 문화교류 정책으로 전환한다. 그러한 정책을 수행하는 기관으로 1972년 세워진 것이 국제교류기금(國際交流基金 Japan Foundation)이다. 이 시기를 전후하여 한국 및 중국과의 국교가 회복되어, 동아시아를 상대로 한 교류도 시작되었다. 양국을 대상으로 일본어 교육 지원 및 일본연구 지원, 그리고 전통문화와 예술 소개 및 교류가 추진되었다.

일본어 교육이나 일본연구, 그리고 전통문화와는 다른 차원에서의, 즉 대중문화를 통한 일본문화에 대한 관심은 1980년대 후반부터 생겨났다. 물론 그 이전부터 일본만화와 애니메이션은 수많은 나라에서 큰 힘을 가지고 있었고, 국적을 숨긴 채로 한국에서도 유통되고 있었다. 1980년대 후반부터 새로이 일어난 일본 대중문화에 대한 관심과 열기의 중심에는 일본 드라마가 자리하고 있었다. <오싱(おしん)>과 같은 가족물부터, <도쿄 러브스토리(東京ラブストーリー)>와 <101번째 프로포즈(101回目のプロポーズ)>와 같은 ‘트렌디 드라마’가 아시아에서 광범위하게 인기를 얻으면서, 드라마 주제와 등장 배우들의 의상 등을 통해서 일본의 가요와 패션도 같이 주목을 받게 된다. 일본대중문화가 개방되지 않았던 한국에서도 일본 영향을 많이 받은 드라마와 가요, 패션 등이 유행하였고, 1994년 일본프로그램 방송금지가 해지된 타이완에서의 일본대중문화 열풍은 ‘합일족(哈日族)’이라는 조어를 유행시킬 정도로 일본 대중문화는 동아시아에서 사회현상이 되었다.

이러한 동아시아에서의 일본대중문화의 유행 원인 분석은 일본에서는 주로 계층론적 차원에서 이루어졌다. 아시아의 경제발전에도 따른 ‘신흥중산층’이 기존 문화들에서는 충족되지 못하는 새로움을 일본 대중문화에서 찾았다는 것이다. 이러한 현상은 “이제까지 일본과 동아시아의 관계가 경제면에 배타적으로 편중되어, 한편으로 인적 교류가 희박한 역사 속에서, 중간층에 속하는 젊은이들의 심리적 거리를 좁히는 매체가 생겨난 것”으로 매우 고무적으로 평가되었다. 일본 대중문화의 유행을 ‘신흥중산층’이라는 하나의 계층으로, 그리고 젊은이라는 하나의 연령층으로만 한정하여 보고, 이들이 일본대중문화뿐 아니라 일본이라는 국가에 대해서도 호의적일 것이라는 근거 없는 인식은 이후 일본의 문화교류 정책에 지속적으로 반영된다. 이러한 일본의 인식에는 하나의 계층이 다양한 층위의 문화를 즐길 수 있다는 가능성이 무시되고 있고, 대중문화의 선호도가 역사관 문제, 영토문제와 같은 첨예한 대립에서 일본에 호의적으로 작용하리라는 기대가 깔려 있다. 이와부치 고이치의 지적대로 여기에는 분명히 “일본과 다른 아시아 지역 간에 문화 왕래가 불공평하게 이루어지면서 일본은 아시아 침략사를 정당화하고, 일본이 문화적으로 우위에 있다는 관점을 강요하며, ‘아시아’를 경멸하는 태도”가 드러난다.

## 3. 쿨 재팬(Cool Japan)으로서의 일본대중문화

‘쿨 재팬’이라는 용어는 미국의 언론인 더글라스 맥그레이(Douglas McGray)의 2002년의 글에서 유래한다. 맥그레이는 미야자키 하야오(宮崎駿) 감독의 <센과 치히로의 행방불명(千と千尋の神隠し)>(2001년)이 베를린 국제영화제에서 애니메이션으로는 최초로 대상을 수상하였고, 프랑크푸르



트의 출판전시회가 처음으로 일본만화전을 개최하였음을 예로 들고 있다. 또한 TV애니메이션 <포켓몬>이 30여개의 언어로 번역되어 65개국에서 방영되고 있고, 소니의 플레이스테이션 및 닌텐도 게임기의 유행 등을 쿨 재팬의 사례로 들면서, 일본이 1980년대에 “경제적인 수퍼파워(economic superpower)”였다면, 2000년대에는 “문화적인 수퍼파워(cultural superpower)”로 변모하여 전 세계에 그 영향력을 미치고 있다고 분석하였다. 또한 맥그레이는 일본이 1980년대 경제력을 원천으로 하는 하드파워(hard power)를 가지고 있었다면, 이제는 일본정부가 대중문화의 영향력을 통한 소프트파워(soft power)에 관심을 가져야한다고 지적하였다. 이러한 맥그레이의 평가는 일본에서 대대적으로, 그리고 고무적으로 받아들여졌고, 일본정부가 ‘쿨 재팬’이라는 용어를 내세워 애니메이션, 만화, 게임 등과 같은 장르로 나아가게 함에 있어 큰 역할을 하였다.

맥그레이의 평가에서 주의해서 보아야할 점은, 그가 일본 대중문화 자체에 높은 평가를 하고 있지만, 새로운 글로벌 대중문화의 유통경로에 대해서도 지적하고 있다는 사실이다. 그는 가수 아무로 나미에(安室奈美恵)가 아시아 전역에서 팬을 확보하고 있음에 놀라움을 금치 못했다. 그런데 그러한 놀라움에는 바로 “미국에서 투어를 한 적도 없음에도”라는 단서가 붙는다. 그에 따르면 세계적으로 유행하는 문화는 꼭 미국을 거쳐야했고, 그것이 ‘글로벌리제이션’이었다. 즉 지역적인 문화는 미국시장으로 들어와서 인정을 받아야 다른 지역으로 퍼져나갈 수 있는 것이다. 그런데 맥그레이는 일본 대중문화가 미국의 ‘인정(approval)’을 거치지 않았음에도 불구하고 세계적으로 그 영향력을 확대하고 있음에, “Cool”이라는 형용사를 붙여 놀람을 표현한 것이다. 따라서 일본문화 뿐 아니라 미국을 거치지 않고 전 세계로 퍼져나간 한류도 맥그레이의 쿨에 해당하는 사례일 수 있다.

맥그레이의 글이 발표된 다음해인 2003년 『추오코론(中央公論)』에서는 <일본문화 입국론(立国論)>이라는 특집이 마련된다. “글로벌한 침투력을 갖기 시작한 젊은이 문화는 새로운 국력이 될 수 있는가”라는 질문을 던지며 시작하는 이 특집기사에서는 애니메이션이나 만화가 일본의 외교에 도움이 된다는 글들이 실린다. 한 필자는 일본이 “제국주의라는 역사적 부채를 안고 있기 때문에 소프트파워가 빈약한 나라”라고 인식되지만, 애니메이션이나 만화의 큰 영향력을 “소프트파워라는 외교자본”으로 삼아야한다는 정부 차원의 시각전환을 촉구하기도 하였다. 이러한 열기에 소프트파워라는 말을 유행시킨 조셉 나이(Joseph Nye)도 가세한다. 그는 일본에서 발표된 「일본의 소프트파워-그 한계와 가능성」이라는 글에서, 일본을 “포켓몬 패권국(Pokemon Hegemon)”이라 표현하며 일본 대중문화의 강한 전파력을 강조하였다. 뿐만 아니라 무라카미 하루키(村上春樹), 기리노 나츠오(桐野夏生)와 같은 작가, 그리고 젠(禪)과 가라테(空手)와 같은 전통분야도 소프트파워로서의 가능성이 있음을 지적하였다. 하지만 조셉 나이는 그 한계도 잊지 않고 말하였다. 그 한계는 일본의 인구 감소, 일본인의 낮은 영어 능력과 더불어, 2003년 일본을 찾은 관광객이 480만 명으로 세계 36위에 지나지 않는다는 것이다. 그는 “장기적인 소프트파워의 증대로 이어지기 위해서는 외국인에 개방적인 태도가 필요하다.”고 주장하였다.

일본 정부는 이러한 대내외적인 반응을 기반으로 2003년 5월 지적재산전략본부(知的財産戰略本部)를 설치하고, 2004년 4월 「콘텐츠 비즈니스 진흥정책 : 소프트파워 시대의 국가전략」이라는 보고서를 발표한다. 이 보고서는 영화, 음악, 애니메이션, 게임 등의 ‘콘텐츠’가 일본의 이미지를 ‘쿨 재팬’으로 변화시키고 있지만, 국가 차원에서의 정책이 부재함을 지적하였다. 반면 한국과 중국은 국책으로 다액의 공적자금을 이 분야에 투입하고 있음에 주의를 환기시켰다. 결론적으로 이 보고서는 콘텐츠 비즈니스의 진흥을 국가전략의 축으로 삼아야함을 주장하였다.

#### 4. 쿨 재팬과 역사문제 해결

2005년에는 문화교류와 쿨 재팬을 결부시킨 「문화교류의 평화국가」 일본의 창조를(「文化交流の平和国家」日本の創造を)이라는 보고서가 발표된다. 여기서 쿨 재팬의 문화교류에 있어서의 역할은 다음과 같이 설명된다.

“매력 있는 문화의 창조와 발신은 새로운 형태의 국력과 외교력의 원천이다. 일본은 이제까지 특히 현대일본문화에 대한 외국으로부터의 고조되는 관심에 대하여 충분히 응대하지 못했다. 일본에 대한 현재의 관심과 흥미를 일과성의 유행으로 끝내지 않고, 중장기적으로 일본 이해의 촉진과 친일감(親日感) 양성에 연결시켜, 경제활동과 정치적 관계에서도 호의적인 국제환경을 만들어 나갈 힘이 강력히 요구된다. 이를 위하여 적극적이고 명확한 정책적 대처가 필요하다.”

이처럼 보고서는 대중문화의 문화외교적 역할을 위한 국가차원의 대처가 필요함을 역설함과 더불어, 문화외교를 행할 중점지역을 설정하고 있다. 그곳은 바로 동아시아이다. 보고서는 “이 지역의 국가들 사이에는 역사인식을 둘러싼 문제를 필두로 하여 곤란한 문제가 다수 존재한다.”고 말하고, 이 지역의 평화를 위해서 일체감 조성 and 공동체 형성이 중요하다고 지적한다. 그리고 그러한 노력을 위해서 해당 지역에 일본대중문화를 좋아하는 ‘인터넷 세대’ 또는 ‘애니메이션 세대’를 키워야한다고 한다고 주장하였다. 그렇다면 이러한 세대들에게 무엇을 바라는 것일까?

“설령 외국에서 반일감정이 일시적으로 고조된다 하더라도, 이것을 상회하는 시민의 ‘친일(親日), 지일(知日)’층이 존재한다면 관계의 안정이 지켜질 것이다.”

당시 고이즈미 총리대신의 야스쿠니 신사 참배문제로 동아시아 관계가 냉각되었던 시절에 이 보고서가 나온 것임을 상기한다면, 쿨 재팬으로 대변되는 대중문화에 대한 일본의 기대를 알 수 있다. 반일감정의 원인이 되는 근본적 문제를 해결하려기보다는, 대중문화의 힘에 기대어 어떻게든 난국을 회피해 보려는 일본의 꿈수가 엿보이는 장면이다. 대중문화소비를 통하여 일본에 대한 이해를 높일 수는 있으나, 그것이 꼭 일본의 모든 것을 받아들이는 행위로 이어지지 않음은 당연하다. 앞서 80년대 후반의

일본 대중문화 붐에서 엿보였던, 대중문화의 선호도가 역사관 문제, 영토문제와 같은 첨예한 대립에서 일본에 호의적으로 작용하리라는 기대가 또다시 드러난 것이다.

자신이 만화광임을 숨기지 않았던 아소 타로가 총리대신이 되면서, 쿨 재팬 정책에서의 대중문화에 대한 지원은 구체화되었고, 거대화되었다. 대표적인 사업은 ‘국립 미디어 예술 종합센터(国立メディア芸術総合センター)’ 건설이다. 이 사업은 117억의 예산을 가지고 건물면적 10,000 제곱미터의 대규모 종합센터를 건축하여, 이 센터는 “미디어 예술의 모든 분야를 대상으로 수집·보존·수복, 전시·공개, 조사연구·개발, 정보수집·제공, 교육보급·인재육성, 교류·발신 등을 행하는 국제적인 거점”이 될 예정이었다. 센터의 계획서에 따르면 여기서 말하는 ‘미디어 예술’이란 “미디어 아트를 비롯하여 애니메이션, 만화, 게임, 영화 등을 포함한 종합적 예술”을 말한다. 또한 이 센터가 미디어 예술 분야에서 “아시아의 거점” 역할을 할 것이라는 기대감도 이 계획서에는 포함되어 있다. 애니메이션, 만화, 게임과 같은 서브컬처적 문화들이 쿨 재팬 정책에서 중시되어왔지만, 실제 어떠한 사업으로 연결될 수 있을지에 대해서는 눈에 드러나는 성과가 없었다. 하지만 국립 미디어 예술 종합센터는 이러한 모호성에서 벗어나 가시적인 효과를 보여줄 수 있는 정책으로 생각되었다. 그러나 아소 타로 정권은 1년 만에 민주당에게 자리를 물려주었고, ‘국립 미디어 예술 종합센터’ 계획도 예산 낭비라는 명목 하에 물거품처럼 사라지고 말았다.

## 6. 표류하는 쿨 재팬 정책

민주당 정권에서의 쿨 재팬 정책은 예산 규모가 축소되었지만, 대중문화와 동북아 문화교류 중시라는 기존 방향성은 지켜졌다. 이 글 처음에 언급했듯이 2012년 아베 내각이 들어서면서 쿨 재팬 정책의 위상은 올라갔고 예산은 늘어났다. 그러나 정책의 방향성은 표류하고 있다.

2017년 5월에 발표된 693억엔을 가진 쿨 재팬 기구에 대한 일본정부의 보고서를 살펴보면, 가장 큰 액수인 110억엔은 중국 저장성(浙江省) Ningbo시(寧波市)에 있는 일본계 백화점 건설에 투자되었고, 이세탄 백화점의 말레이시아 쿠알라 룸프 점의 재팬 스토어 개관에도 돈이 들어갔다. 그밖에도 일본관련 방송 제작 및 해외 송출에 일부 투자되기도 하였으나, 출자금의 나머지 대부분은 음식산업 관련한 투자이다. 동남아에서 일식 푸드 타운을 설립하였고, 미국에서 일본차 카페 경영, 중동에서 외식 산업 전개, 해외 외식기업 식재가공 업체 지원 등이 주요한 투자처였다. 이는 아베 내각 수립 후 쿨 재팬 전략담당 장관 주재 하에 열렸던 ‘쿨 재팬 추진회의’가 마치 ‘일식 검토회의’라고 생각될 정도로 음식에 집중된 토론이 이루어졌던 점과도 연결된다. 후루야 츠네히라(古谷経衡)가 지적하듯이, ‘쿨 재팬 추진회의’에 참가했던 ‘전문가’들은 서브컬처에는 전혀 관심이 없고, 쿨 재팬 정책이 지금까지 어떤 경위로 입안되고 추진되어 왔는지에 대해서도 전혀 지식이 없는 사람들이었다.

이처럼 아베 정권에 들어서 쿨 재팬 정책은 그 시작점이 되었던 대중문화 중시도 약해지고, 동북아 문화교류를 통한 역사인식 갈등 무마와 같은 의도도 온데간데없이 사라져 버렸다. 또한 한국과 중국이라는 이웃국가를 대상으로 한 쿨 재팬 정책 조항은 찾아보기 힘들다. 대신 멋있는 일본을 자랑하는 자화자찬식의 사업이 되었다. 이는 주변국가와의 대화를 경시하는 아베 정권의 노선과도 관련되고, 혐한(嫌韓), 혐중(嫌中) 서적의 유행과 『독일대사도 납득한, 일본이 세계에서 사랑받는 이유』(フォルカー・シュタンツェル, 2015), 『일본은 왜 아시아 나라들로부터 사랑받는가』(池間哲郎, 2015), 『세계에서 가장 자유롭고 차별이 없는 나라 일본』(武田知弘, 2016) 등과 같은 일본예찬론 서적이 유행하는 사회분위기와도 연동되고 있을 것이다.

## 5. 나가며—진정한 문화교류 정책을 기대하며

한류가 한국 대중문화를 즐기는 소비층이 만들어낸 용어임에 반하여, 쿨 재팬은 일본 대중문화를 즐기는 사람들이 만들어낸 것이 아니다. 앞서 살펴보았듯이 쿨 재팬은 일본 정부에 의해서 회자되기 시작한 것이다. 쿨 재팬 정책을 추진하는 담당자들은 한류에 대해서도 한류라는 용어보다는 ‘쿨 코리아’라는 용어를 선호한다. ‘쿨 코리아’라고 해야, 정부 주도에 의한 대중문화 확산이라는 측면이 강조될 수 있다고 여기는 것이다. 이 때문에 쿨 재팬 정책은 ‘관제(官製) 쿨 재팬’이라고 종종 비하되곤 한다.

일본 대중문화의 파급력은 무시할 수 없다. 하지만 일본정부의 쿨 재팬 정책이 단지 ‘일본이 최고’라는 식의 문화전파에 치우쳐있다는 점이 문제이다. 다시말하면 쿨 재팬 정책에는 상대 문화와의 관계성, 상대 국가와의 소통 등을 염두에 둔 문화교류적 인식이 결여되어 있다. 2016년 일본을 찾은 한국인은 509만 명을 넘었다. 중국인은 821만 명이 일본을 찾았다. 여기에 타이완 방문자 416만 명을 더하면, 동북아에서만 2016년 한해 1,746만이 넘는 사람이 일본을 찾았다. 이는 2016년 일본을 찾은 전체 외국인 2,403만 명 중에서 72.7%에 해당하는 수치이다. 인류 역사상 이렇게 많은 동북아 사람들이 일본을 찾은 적이 없었다. 이러한 민간 이동을 어떻게 한중일 미래와 평화를 유지하는 상호교류로 유지, 발전해나갈 수 있을지에 대한 논의가 더욱 절실한 것이 아닐까?

## 참고문헌

文化外交の推進に関する懇談会報告書(内閣総理大臣主催). “文化交流の平和国家’日本の創造を”  
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/bunka/kettei/050711houkoku.pdf>, p.8. (accessed July 2005)

知的財産戦略本部コンテンツ専門調査会. “コンテンツビジネス振興政策：ソフトパワー時代の国家戦略”, pp. 2-8

<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/contents/houkoku/040409houkoku.pdf>  
 (accessed 2004)

ジョセフ・S・ナイ. 2004. “日本のソフト・パワー” 『GAIKO FORUM』, pp.12-15.

経済産業省 商務情報政策局. “クールジャパン機構について”

[http://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/mono/creative/cj\\_fund.html](http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/cj_fund.html) (accessed April 2007)

経済産業省 商務情報政策局. “クールジャパン機構について”

[http://www.meti.go.jp/policy/mono\\_info\\_service/mono/creative/index.html](http://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/mono/creative/index.html), p.1-33. (accessed May 2017)

青崎智行. 2004. “東アジア・テレビ交通のなかの中国” 『越える文化・交錯する境界』山川出版社, pp.88-89.

国立メディア芸術総合センター設立準備委員会. 2009. 「国立メディア芸術総合センター(仮称)基本計画」, pp. 2-10.

日本政府観光局(JNTO) “平成28年 訪日外客数・出国日本人数”

([http://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data\\_info\\_listing/pdf/170117\\_monthly.pdf](http://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/pdf/170117_monthly.pdf)) (accessed 17 January 2017)

本多史朗. 1994. “東アジアに広がる日本のポピュラー文化” 『GAIKO FORUM』 pp.65-70

田所昌幸. 2004. “ソフトパワーという外交資源を見直せ” 『中央公論』, pp.120-128.

古谷経衡. 2014. 『クールジャパンの嘘』 総和社, pp.147-162.

McGray, Douglas. 2002. “Japan’s Gross National Cool.” *Foreign Policy*, pp. 45-54.

이와부치 고이치. 2004. 『아시아를 잇는 대중문화 : 일본 그 초국가적 욕망』 또 하나의 문화, p.33.

오구라 가즈오. 2011. 『일본의 문화외교』 (국제교류기금)