

노르웨이 청년 사업가가 말하는 한류 그리고 아쉬움

지난 4월 3일, '엔콘텐츠'는 K-POP의 현주소를 알아보기 위해 좌담회를 마련했다. 좌담회에는 K-POP과 드라마에 반해 한국 말을 배우고, 한국의 다양한 제품과 문화를 경험하고, 아예 한국에서 새로운 인생을 설계하는 외국 청년들이 참석했다. 그 중에서 노르웨이 청년 사업가 마리나의 얘기는 오랫동안 큰 울림을 줬다.

그에게 한류란 '꿈'이고 '에너지'다. 한국의 아티스트들은 열심히 노력해서 꿈을 이룬 사람들이기 때문에 선택하는 것이고, 그 모습을 보면서 '나도 할 수 있다'는 동기부여가 된다고 강조했다. 그의 말에서 한류는 단순히 유행이나 상품이 아니라 '가치관' 혹은 '신념'이라는 것을 확인할 수 있었다.

마리나에 따르면 한류가 세계적 인기를 얻고 있지만 아직도 콘텐츠와 정보에 목마른 지역이 많다. 유럽만 해도 K-POP을 비롯해 한국 콘텐츠에 대한 정보 욕구가 강하지만 이를 마땅히 해소해주는 채널이 없다고 하소연 했다. 좌담회의 다른 참석자들도 한류와 한국의 콘텐츠 정보를 제대로 접할 길이 없다고 한 목소리로 말했다. 일본인과 중국인 참석자는 '잘못된 번역'으로 인한 오해와 불쾌감을 지적하기도 했다.

한류는 엄밀히 말하면 '수요자들의 흐름'이다. 정부나 기관에서 의도적으로 공급해 형성된 문화현상이 아니라 각국의 수요

자들이 한국 대중의 드라마, 노래, 춤 등에 적극적으로 반응해서 생긴 결과물이다. 따라서 한류를 지속시키고 한국의 콘텐츠가 세계로 확장되려면 이런 수요자들이 한국의 아티스트와 더 접촉하고 콘텐츠를 경험할 수 있도록 지원하는 데 초점을 맞춰야 한다.

현재 한류에 대한 정보는 한류 팬들의 자발적인 노력으로 전파되고 있다. 열혈 팬들이 한국 아티스트들의 소식과 동향을 빠르게 번역하고 팬 커뮤니티에 경쟁적으로 올리는 게 대부분이다. 중국이나 일본 등 한류가 활발한 나라는 민간 사업자가 그 역할을 하고 있다. 그러나 아프리카 등 한류 소비가 적은 곳은 수요자들이 한류 소식을 접하기가 어렵다.

현지어로 정확하게 번역된 한국 콘텐츠 정보 전달은 확산을 낳는다. 확산은 곧 영향력으로 이어진다. 때문에 전문가들은 세계 사람들이 한국 콘텐츠에 쉽게 접근할 수 있도록 번역가와 에이전트 등 다양한 '메신저'와 '채널'에 대한 지원이 필요하다고 말한다.

좀 더 많은 국가에서, 좀 더 다양한 인종이 한류를 소비할 수 있으려면 그 나라 언어로 손쉽게 정보를 접할 수 있는 방안이 시급히 마련돼야 한다. 노르웨이 청년 사업가 마리나의 바람이기도 하다. ❶