

신한류가 갖춰야 할 덕목, 이문화 감수성

한류의 범위가 전 세계로 확장됨에 따라 한국과 현지의 상호이해 부족이 한류 확산에 걸림돌로 작용하고 있다.

상호 이해와 존중으로, 한류 콘텐츠에 이문화 감수성을 높일 필요가 강조되는 시점이다.

한류가 상품을 넘어 세계 문화 현상으로 나아가기 위한 방안을 모색한다.

글 박소정 서울대학교 언론정보학과 박사수로 psj25psj25@snu.ac.kr

4년 전 아이돌 그룹 B1A4가 해외 팬미팅에서 성추행 논란에 휩싸였다. 팬미팅 이벤트로 한국 드라마의 한 장면을 팬들과 함께 따라해 보는 과정에서, 팬과 포옹을 하고 이마에 입을 맞추는 상황이 연출됐다.

당시 팬들은 긍정적인 반응을 보였다고 한다. 그러나 문제는 팬미팅이 말레이시아 쿠알라룸푸르에서 열렸으며, 이벤트에 참여한 해당 팬들이 하잡을 착용한 소녀들이었다는 점에서 불거졌다. 말레이시아는 공공장소에서 애정 표현 행위를 금지하고 있는 이슬람 문화권에 속하는 나라다. 더욱이 하잡을 쓴 여성들이 가족 외 남성과 신체 접촉을 하는 것을 불경시하는 분위기다.

또 수년간 꾸준히 인기를 받아온 SBS 예능 프로그램 '정글의 법칙'도 올해 7월 논란에 휩싸인 바 있다. 태국편에서 대왕조개를 채취해 먹는 장면이 방영됐다. 그런데 대왕조개가 태국에서 보호대상인 멸종위기종으로 밝혀지면서 논란이 생겼다. 제작진은 태국 현지 규정과 법규를 숙지하지 못했음에 대해 사과했다. 그러나 태국 경찰이 사건 조사에 착수하고, 법적 처벌이 논의되는 등 작지 않은 파장이 일어났다.

두 사례 모두 한국 대중문화가 해외에서 생산, 유통되는 과정 중 현지 문화에 대한 몰이해로 인해 빚어진 갈등을 보여준다. 한편에서는 이러한 사건들을 '예상치 못한', '해프닝'이라고 표현하기도 한다. 그러나 해프닝이라고

부를 만큼 가벼이 여겨질 일도 아니거니와 예상치 못했다는 것이 납득할 만한 이유로 여겨지는 것도 경계할 필요가 있다.

신한류의 필수 과제, 이문화 감수성

한류의 성장세 속에서 점차 많은 한국 대중문화 콘텐츠가 다른 문화와 조우하면서 생산되고 소비된다. K팝 아이돌 그룹에 외국인 멤버가 포함된 모습이 더 이상 낯설지 않다. 팬덤 또한 동아시아를 넘어서 세계 각국에 분포돼 있다.

한국의 영상 콘텐츠 생산 역량 자체가 커짐에 따라 많은 드라마와 영화가 이국을 주요한 서사적 배경으로 삼거나 현지 로케이션으로 촬영하는 경우도 늘고 있다. 이



MBC '죽어야 사는 남자'(위, ©MBC)와 영화 '청년경찰'(아래, ©롯데엔터테인먼트).



렇게 제작된 드라마와 영화가 또다시 수많은 나라에 수출되고, 유통된다. 국내에서 생산한 방송영상 콘텐츠가 점차 넷플릭스 같은 글로벌 플랫폼과 계약을 맺음으로써 기본적인 시청층을 해외로까지 확장해가고 있다.

이러한 상황은 단순히 한류 또는 한국 대중문화 콘텐츠 시장의 성장과 팽창만을 의미하는 것이 아니다. 한국의 대중문화가 여러 나라와 얽혀서 만들어지는 지구 단위의 문화 콘텐츠 네트워크 안에 더 깊숙이 정착해가고 있는 현상으로서 바라볼 필요가 있다. 따라서 한류 콘텐츠의 해외 수용 과정에서 문화적 차이에 대한 무지로 인해 발생하는 갈등은 예상치 못한 해프닝이 아니라 콘텐츠의 기획 단계에서부터 예측하고 고려해야 하는 요소다.

이에 올해 초 신한류 확산 전략에 대해 논의하는 자리에서 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원은 한류 소비국 현지에 친화적인 한류를 만들어갈 필요가 있다며, 그 과제로서 '이(異)문화 감수성(cross-cultural sensitivity)'의 함양을 제시했다.

이문화 감수성은 다른 문화에 대한 이해와 지각, 수용을 의미한다. 더 구체적으로 이문화 감수성은 서로 다른 문화가 교차하는 상황에서 이문화에 대한 적절한 정

보를 갖추고, 그 차이를 수평적인 지평에서 이해하며, 더 관용적이고 윤리적인 태도를 지닐 필요성을 제기한다. 이러한 점에서 말레이시아 팬미팅과 '정글의 법칙' 사례는 이문화 감수성의 부족에서 비롯된 갈등으로 볼 수 있다. 그리고 이와 같은 갈등은 단순히 직접적인 관계자뿐만 아니라 국가 간, 문화 간의 부정적인 관계로 이어질 위험이 있다.

신한류 전략에서 이문화 감수성은 한류가 한국 내의 생산자 의지에 따라 일반적으로 이뤄지는 문화 진출이 될 수 없음을 암시한다. 이문화 감수성이 결여된 콘텐츠가 단기적으로 시장에서 성과를 보일 수 있을지 모른다. 그러나 장기적으로는 긍정적인 흐름을 만들어내는 데 실패할 것이다. 이렇기 때문에 한류 콘텐츠 생산에서 이문화 감수성은 중요하게 고려돼야 할 요소다.

이문화는 볼거리가 아닙니다

그렇다면 한류 콘텐츠가 지향해야 할 이문화 감수성이란 어떤 형태여야 할까. 이문화적 요소를 잘 담아내면서 해외에서도 무리 없이 유통될 수 있는 콘텐츠는 무엇일까. 이문화적 감수성을 갖추기 위해 한류 콘텐츠는 어떤 것을 지양하고 경계해야 할까.

먼저 이문화를 단지 한국의 '글로벌함'을 부각하기 위한 '볼거리(spectacle)'로 이용하는 양상을 경계할 필요가 있다. 이는 한국 미디어의 재현에서 종종 드러나는 문제점이다. 한국 드라마와 영화에서 이국을 서사적 배경으로 삼거나 이질적인 문화적 요소로 등장시키는 경향이 늘고 있다.

그런데 이를 배치하는 방식은 종종 소재주의에 그치는 경우가 대부분이다. 즉 이문화에 대한 섬세한 고려 없이 그저 콘텐츠 속의 볼거리로서 도구화하거나 자원화한다. 그럴듯하게 글로벌한 한국 콘텐츠를 만드는 데 쓸 뿐이다. 이 과정에서 이문화적 요소는 타자화되거나 대상화돼 버리곤 한다.

예를 들어 2년 전 방영된 MBC드라마 '죽어야 사는 남자'는 1970년대 중동으로 건너가 백작이 된 남자가 어느 날 딸 앞에 나타나면서 벌어지는 이야기를 다룬다. 그

러나 무슬림에게 성스러운 코란을 아무렇게나 펼쳐놓은 채 그 앞에 다리를 꼬고 앉아 있는 등장인물이 담긴 포스터와 하잡을 쓴 채 비키니 수영복을 입은 여성이 등장하는 방송 내용 등 이슬람 문화를 희화화하고, 대상화했다는 지적을 받았다.

또 다른 예로 영화 '청년 경찰'에서는 조선족이 많이 모여 사는 대림동을 범죄소굴처럼, 조선족을 거대한 범죄 조직처럼 묘사해 논란을 일으켰다. 이에 재한동포총연합회를 비롯한 관련 단체들이 '중국동포, 다문화, 지역사회와 함께하는 한국 영화 바로 세우기 범국민대책위원회'를 결성해 진정한 다문화적 이해에 대한 각성을 요구하기도 했다. 미디어 재현은 현실을 얼마나 제대로 반영했는가 못했는가의 문제를 떠나서, 재현 그 자체가 하나의 사회적 인식을 구성한다는 점에서 주의 깊게 성찰해야 할 부분이다.

트와이스(위), 갯세븐(아래).



한류가 처놓은 보이지 않는 울타리

한국 대중문화 콘텐츠가 인종과 외양을 '유화'하는 관습도 경계할 필요가 있다. 1980년대 후반 한국 코미디 프로그램에서 흑인 분장으로 인기를 얻었던 코너인 '시커먼스'가 보여준 인종에 대한 감수성으로부터 현재 우리 코미디는 과연 얼마나 진일보했을까.

여전히 흑인과 외국인 노동자, 조선족 등이 코미디 소재로 활용되는 것이 현실이다. 더불어 키와 이목구비, 피부색 등 신체 특징을 비하하는 개그가 거리낌 없이 이뤄지고 있다. 타인의 외모에 대한 평가를 하는 것도 미디어와 일상 영역을 불문하고 자연스레 용인되고 있다. 실제로 한국 대중문화가 지닌 외모에 대한 비판적 태도는 한류를 좁은 영역에 국한하는 요소가 되기도 한다.

최근 10여 년 사이에 여러 나라 출신의 멤버로 구성돼, 소위 '다국적 그룹'이라는 특성을 내세우는 K팝 아이돌 그룹이 눈에 띄게 늘고 있다. 그러나 이들의 '다국적성'은 해당 멤버의 언어 구사 능력에서 드러나는 것일 뿐, 외양에서는 이러한 다양성을 느낄 수 없다. 특히 피부색에서는 매우 획일적인 가치만이 추구된다.

이에 국제 온라인 커뮤니티에서는 다음과 같은 질문들이 종종 제시되곤 한다. "나는 K팝 아이돌로서 능력이 충분한 것 같은데 피부가 검은 편이야. 희망을 가져도 될까?", "태국인이 K팝 아이돌이 될 수 있다면, 캄보디아인도 K팝 아이돌이 될 수 있을까?", "나는 캄보디아계 미국인이고, 한국인들처럼 피부색이 밝지 않은데, K팝 아이돌이 될 수 있을까?" 등 이런 질문은 K팝이 생김새 문제와 관련해서 처놓은 보이지 않는 울타리를 보여준다. K팝과 K스타일, K뷰티 등이 상징하는 특정 미적 양식이 있음을 인정하더라도, 이것이 인종주의나 피부색주의(colorism) 같은 차별과 배제의 권력을 가지고 있지는 않은지에 대해서는 고민해봐야 할 것이다.

피부색과 관련해 최근 K팝 국제 팬덤 안에서 벌어진 흥미로운 사건이 있다. 흔히 한국에서는 아이돌 사진을 미백 보정해 온라인으로 유통하는 경우가 많다. 그런데 이에 대해 해외 팬들이 '화이트워싱'이라고 비판하며, 사진에 가해진 보정을 복구하거나 재채색하는 운동을 벌인 것이다. 국내외 아시아인 팬들은 오히려 이런 비판이말로 아시아인이면 노란 피부를 가지고 있어야 한다고 상

상하는 '엘로워싱'이며, 한국의 고정 관습이 지닌 미학을 이해하지 못한 것이라고 반박하기도 했다.

이 같은 상호갈등이 상호이해로 나아가기 위해서는 더 깊은 논의가 필요하다. 하지만 한류 수용자들 사이에 인종과 피부색에 대해 이 정도로 비판적 논의가 진행되고 있다는 점에 주목할 만하다. 한류 수용자의 이문화 감수성이 한류 콘텐츠의 이문화 감수성보다 훨씬 앞서 있을지도 모른다. 한류의 이문화 감수성은 이러한 수용자들의 감각을 이해하고 들여다봄으로써 자리잡 수 있을 것이다.

※국뽕주의※

끝으로 다른 나라와 위계를 설정해, 한국의 우월성을 확인하는 방식도 경계해야 한다. MBC 예브리원 예능 '어서와~ 한국은 처음이지?'는 한국에 처음 와보는 외국인들의 시선을 통해 한국을 어떻게 경험하는지 보여주는 프로그램으로 인기를 얻고 있다. 한국 시청자 입장에서 매우 익숙한 풍경이 이방인의 시선 속에서 새롭게 체험됨으로써 한국의 문화를 상대화해 낯설게 바라볼 수 있다.

또 한국에 대한 직접적인 경험이 없는 수용자도 넷플릭스에 공개되는 이 프로그램을 통해 한국 문화의 요모조모를 경험해볼 수 있다. 이문화 감수성이 정치역사적인 거시 맥락에 대한 이해를 통해서만이 아니라, 사소하고 일상적인 문화에 대한 이해와 경험으로부터 함양될 수 있음을 이 프로그램을 통해 느낄 수 있다.

그러나 이 프로그램이 어떤 부분에서 웃음을 유발하며 궁극적으로 어떤 메시지를 전달하는가에 대해서는 주의할 필요가 있다. 처음 한국을 경험하는 외국인들이 마주하는 실수나 놀라움 등이 문화 차이에서 비롯된 것으로 그려지기도 하는 문화 간 위계처럼 그려지는 경우가 있기 때문이다.

예를 들어 출연자가 매운 음식을 먹고 힘들어하거나 젓가락질에 서툴거나 서울의 복잡한 지하철 노선 속에서 헤매는 모습을 우스꽝스럽게 묘사한다. 반찬문화와



예능 프로그램 '어서와~ 한국은 처음이지?'의 한 장면 ©MBC 예브리원

찜질방, VR(가상현실)샵 등에 대해 감탄하는 모습을 반복 과장하는 편집 등은 '한국인은 잘하는데 외국인은 못하는 것' 또는 '한국에는 있는데 외국에는 없는 것'을 강조하는 구조를 만든다. 즉 여행 온 외국인 나라의 상대적인 부족이나 결핍을 지렛대 삼아 한국의 우월성을 확인하는 관습이다. 이 프로그램이 국내 시청자에게 인기를 얻음과 동시에 소위 '국뽕 방송'으로 평가되는 것은 이 때 문일 것이다.

상호이해와 상호존중의 지평으로

이제는 조금 낡게 느껴지는 '가장 한국적인 것이 가장 세계적인 것'이란 문구는 때로는 한국의 우수성에만 매몰되게 만드는 함정으로 작동해온 했다. 그동안 한국의 우수한 콘텐츠를 발굴하고, 세계 시장에 확산시키는 노력이 활기차게 이뤄졌다. 하지만 쌍방향적인 문화 교류 관점이 어떠해야 하는지에 대한 고민은 미뤄 왔다.

한류가 그 저력을 인정받는 현재, 이 고민은 더 이상 미뤄질 수 없다. 이문화적 요소를 불거리의 소재로만 다루는 관습, 인종주의와 피부색주의 권력의 위협, 한국을 우월한 위치에 놓는 방식으로 위계화되는 양상은 한국 콘텐츠가 신한류 콘텐츠로 성장해나가는 과정에서 주의해야 할 점들이다.

우리에게 익숙한 것에 안주하는 타성에서 벗어나 상호이해와 상호존중의 지평으로 나아가려고 노력할 때 이문화 감수성은 증대될 수 있을 것이다. 이것이 한류가 그저 시장 상품이 아닌 지구적 문화 현상으로서 그 내공을 다져갈 수 있는 기반이 될 것이다. ⑩