

동남아시아 반한류에 나타난 문화적 갈등과 특성: 인도네시아와 베트남을 중심으로*

김수정** · 김은준***

I. 서론

1990년대 후반 중국에서 한국 드라마의 예기치 않은 인기로 시작된 ‘한류(韓流)’는 2010년 전후로 아시아를 넘어 세계로 확산되면서 이제는 글로벌 문화들 중 하나로 자리매김하고 있다. 특히 유튜브와 페이스북 등 소셜미디어를 통한 케이팝의 확산과 2012년 가수 싸이(Psy)의 <강남스타일>이 일으킨 글로벌 신드롬 등은 한류에 대한 해외의 관심을 한층 높여왔다. 또한 국내에서도 경제적 효과와 국가 이미지 향상을 수반한다는 점에서, 한류는 한국 정부 및 산업관계자 뿐 아니라 언론과 국민들의 주요 관심 대상이 되어왔다.

그러나 한류의 인기 와중에서 한류에 대한 부정적인 태도 역시 해외 여러 곳에서 드러나고 있다. 이러한 부정적 태도는 ‘반한류(反韓流)’ 또는 ‘혐한류(嫌韓流)’로 명명되는데(본 논문에서는 이들을 동

* 본 논문은 2015년 한국언론진흥재단 <해외 언론인의 한류에 대한 인식 및 혐한 보도 연구>의 자료 일부를 사용하였으며, 추가 조사를 수행하여 작성되었음을 밝힙니다.

** 제1저자. 충남대 언론정보학과 교수. sukim@cnu.ac.kr

*** 교신저자. 대전보건대 교양과 조교수. kimeunjune@gmail.com

의어로 교차 사용한다), 이는 타국가나 지역 또는 온라인 공간에서 발견되는 한류에 대한 부정적 인식, 반감, 대항 정서, 비난 행위 등을 포괄하는, 한류에 대한 부정적 태도로 정의할 수 있다. 반한류 행위자들은 대체로 해외 수용자나 해외 단체 및 기관이며, 반감과 비난의 대상은 한류 콘텐츠부터, 관련 제작자, 실행자, 한국 정부, 한류 콘텐츠의 현지 소비자까지 그 폭이 넓다. 반한류의 목적은 한류에 대한 반대 취향의 표현에서부터, 자국의 문화와 문화산업의 이익 보호에 이르기까지 다양하며, 주체나 대상, 상황에 따라 차이를 보인다.

반한류 현상은 한류의 절정기 이후가 아니라 거의 동시에 발생한다. 물론 한류 현상에 비하여 반한류 현상의 규모는 작지만, 일본에서는 ‘온사마’ 열풍이 불던 2004년 같은 해에 한국을 비난하는 <만화 혐한류(マンガ嫌韓流)>가 출판되었다. 중국에서도 드라마 <대장금>이 경이적인 기록들을 낳던 2005년, 한류가 중국의 대중문화와 관련 산업을 잠식할 것이라고 주장하는 반한류의 목소리들이 터져 나왔다(치아오춘옌 2011; Kim 2009). 한류가 동북아시아를 넘어 확산되면서, 반한류 현상도 동시에 여러 지역에서 관찰되고 있다.

최근 발표된 한류 실태조사(한국문화산업교류재단 2016b)에 따르면, 12개국과 2개 지역의 6천 5백 명을 대상으로 한 한류 이용에 대한 기본 조사 중 ‘반한류 시위에 대한 공감’ 문항에서 16.2%가 공감을 표시한 것으로 나타났다. 그 이유로 ‘한국이 타 국가에 비판적’(61.2%)이라는 답변과 ‘자국 콘텐츠 산업 보호’(60.2%) 답변이 1, 2위를 차지했다. 이 결과는 반한류 현상을 두고 여러 국가를 비교해 볼 수 있는 최소한의 객관적인 자료를 제시했다는 의미뿐 아니라 반한류의 주요 요인들을 다룬다는 점에서 시사하는 바가 적지 않다. 그러나 상기의 조사 자료는 단 하나의 설문 문항에서 나온 수치라는 점에서 그 이상의 정보를 알아내거나 해석하기 어렵다. 조사 결과에서는 반한류 시위에 공감할 수 없다고 답한 사람들(29.7%) 역시 존

재하며, 각 국가마다 반한류에 공감하는 사람들의 수치와 이유도 차이를 보인다. 이러한 점은 한류와 마찬가지로 반한류 현상 역시 특정한 사회문화적 맥락에서 살아가는 사람들의 인식이자 문화적 행위로 바라보고 보다 심층적으로 접근하는 연구가 필요함을 뜻한다.

그동안 수많은 한류 연구들 속에서 반한류에 관한 논문은 아직 소수에 머물러 있으며 그나마도 중국과 일본의 현상에 압도적으로 치중되어 있다. 뿐만 아니라 기존 연구들은 반한류를 주로 한류에 대한 부정적인 반응이나 대응이라는 틀에서 인식하고 있다. 그러나 반한류는 타문화의 수용 중 발생하는 문화적 갈등으로 바라볼 필요가 있다. 이러한 관점은 양 사회의 이질성을 관용적으로 접근하게 하며, 각 사회의 성격에 따라 또한 한류로 매개된 사회들 간의 역사적 및 문화적 관계에 따라 반한류 현상과 성격이 달라질 수 있음을 이해하도록 돕는다. 이러한 점에서 중국과 일본에서의 반한류를 넘어, 다양한 지역에서 발생하는 반한류 현상에 대한 연구가 필요하다 하겠다.

이러한 문제의식 아래, 본 연구는 동남아시아 지역에서의 반한류 현상에 주목한다.¹⁾ 그동안 동남아시아 지역에서 한류는 인기 있는 대중문화로 수용되어 왔지만, 동남아시아에서 한류 현상에 대한 한국 사회의 관심은 빈약하여 동남아 지역의 한류 관련 학술연구도 아직 부족한 형편이고 반한류 연구 역시 희소하다. 이러한 이유는 다양한데, 먼저 동남아시아의 다양한 언어로 인해 연구 수행이 어렵다는 점을 들 수 있다. 또한 한중일 간의 관계에 비해, 한국과 동남아시아 국가 간의 역사적 관계나 사회문화적 교류가 약하고, 일상에서 각국의 국민이 체감할 수 있는 현실 영향 또한 크지 않다. 특히, 동남아시아의 낮은 구매력과 작은 시장규모로 인해 한국 문화산업의 관심에서 밀려나 한국인 대부분이 동남아시아에서의 한류 열풍에 대해 문

1) 동남아시아의 인구는 2015년 기준 약 6억 3천여 명이다(한국문화산업교류재단 2016c: 349). 참고로, 해당 자료의 63억 명이라는 오기를 바로 잡아 인용하였다.

화적 우월감 이상의 진지한 관심을 쏟지 않은 점도 동남아시아에서의 반/한류 연구의 부족에 일조해왔다.

따라서 본 연구는 그간 일본과 중국에 한정되어 온 반/한류 현상에 대한 관심을 동남아시아 지역, 구체적으로는 인도네시아와 베트남 두 국가의 반한류를 비교 접근하는 데로 확장함으로써, 해당 국가들의 반한류 현상 뿐 아니라 동남아 사회에 대한 이해 역시 심화, 확장시키고자 한다.

II. 기존 문헌 검토

1. 한류의 전개와 동남아 반/한류 현황

해외에서 한국 대중문화물의 적극적인 수용 현상을 일컫는 ‘한류’는 그 발전 과정을 대중문화물의 제작(생산), 대중문화물(텍스트), 수용(소비), 테크놀로지(미디어)라는 네 차원에서의 변화를 통해 크게 3단계의 시기로 나뉘어 규명할 수 있다(김수정 2012b). 첫 단계는 국내 시청자를 목표로 방송사가 제작한 ‘드라마’ 장르가, 국가적 미디어인 방송(DVD와 VCD 포함)을 통해 아시아 지역의 일반 시청자에 의해 예기치 못하게 성공적으로 수용되면서 발생하였다. 한류 1단계에서는 한국 드라마의 ‘색다르면서도 친근한’ 정서와 작품의 완성도가 중요한 요인이었지만, 이 시기 동남아시아 지역이 디지털 기술발전으로 인한 다채널 상황에서 콘텐츠 부족, 그리고 민주화 및 자본주의 성장이라는 내부 조건이 조성된 점(하종원 외 2002) 또한 간과할 수 없다. 시기적으로는 1998년에서 2006년까지 해당되며, 이때 한류는 예측하지 못한 사건으로 특징 지워진다.

한류의 두 번째 단계는 기획사라 불리는 엔터테인먼트사가 행위

주체가 되어 ‘케이팝’이라는 대중음악 장르를 핵심 콘텐츠로 생산하며, 아시아라는 수용지역을 넘어 세계 수용자를 대상으로 하며, 유튜브를 비롯한 인터넷 미디어를 통해 성공적으로 확산된 시기이다. 1단계와 달리 2단계 한류는 문화산업이 의도되고 기획된 산물이라는 특징을 보이는데, 기획사라는 새로운 행위주체의 부상은 2000년 이후 디지털 음원으로 전환되면서 음반산업의 몰락을 겪은 한국대중음악 기업들이 생존을 위해 세계시장을 목표로 해야 했던 취약한 내부 조건을 배경으로 한다(김수정 외 2013; 신현준 2013). 2단계는 시기적으로는 2007년 이후부터 2011년이 해당되며, 특히 강력한 팬덤 중심의 젊은 소비자층이 구성되어 케이팝 패러디와 드라마 자막생산 등 자발적인 초국가적 마케터로서의 역할을 수행함으로써(강진숙 외 2012; 김수철 외 2013; 김예란 2012) 한류 소비의 세대 확장뿐 아니라 한류의 글로벌 문화 네트워크를 이뤄냈다. 이때부터 케이팝이라는 용어가 한류라는 용어를 압도하기 시작한다.

3단계는 2012년 이후 싸이(Psy)의 <강남스타일>을 기점으로 볼 수 있다. 이때는 페이스북과 트위터 등 소셜미디어라는 새로운 미디어의 활용이 한류의 생산주체나 콘텐츠를 예측 못할 만큼 압도하는 상황들이 발생한다. 따라서 싸이를 단숨에 세계적 스타의 반열에 올리며 한국 대중문화물의 글로벌 인지도를 높이면서, 동시에 대중문화 뿐 아니라 문학을 비롯한 다양한 문화형식이 ‘K-컬처’라는 정부의 명명 아래 한류로서 배치되며 전개되고 있다. 현재까지 케이팝은 한류를 대표하는 대중문화 콘텐츠로 내세워지고 있다.

동남아시아에서의 한류는 2000년 전후 인기를 얻기 시작했는데, 최근 빠른 경제성장과 함께 문화산업계로부터 점차 주목받고 있다.2)

2) 동남아시아에서 한류 수출액 비중이 꾸준히 증가하고 있지만, 2010년까지만 해도 동남아시아 지역 전체의 수출 합산 비율은 10.2%(일본과 중국의 합계는 79.1%)에 머물렀다(한국콘텐츠진흥원 2011).

케이팝의 ‘한류 마니아’ 분포에서도 태국, 인도네시아, 말레이시아가 차례로 3,4,5위를 차지했으며, 특히 동남아시아 6개국(인도네시아, 태국, 말레이시아, 필리핀, 싱가포르, 베트남)의 경우 2013년을 기점으로 방송과 음악 산업의 콘텐츠 수출액이 대폭 증가하고 있다(한국문화산업교류재단 2016c: 349). 국가별 콘텐츠 시장규모에서도 중국을 제외하면 인구와 소득수준에서 인도네시아의 잠재력이 큰 평가를 받고 있다(한국문화산업교류재단 2016a). 베트남은 가장 일찍 한류가 접화된 지역으로서 1998년 드라마 <의가형제>가 폭발적인 인기를 끈 이후 현재까지 한류 콘텐츠가 꾸준한 인기를 유지하고 있다.

<그림 1> 한류 인기도와 성장도에 따른 국가분류



출처: 한국문화산업교류재단(2016a: 6)

<그림 1>은 『2015 한류의 경제적 효과에 관한 연구』(한국문화산업교류재단 2016a)에서 전 세계 29개국 한류 소비자의 설문조사 결과를 토대로 2015년 한류심리지수(인기도)와 한류현황지수(성장도)의 분포를 유형화한 것이다. 이에 따르면, 한류 대중화 단계에서 고성장과 중간성장 그룹은 여전히 아시아 국가를 중심으로 이루어지

고 있다는 것을 알 수 있는데, 본 연구 대상인 인도네시아는 <한류대중화 & 고성장> 그룹에, 베트남은 <한류대중화 & 중간성장> 그룹에 속한다.³⁾

그러나 한류의 인기가 높아지고 확대될 때, 한류에 대한 반감과 부정적인 인식 역시 그림자처럼 공존한다. 동남아시아의 반한류는 그간 제대로 관심을 받지 못해왔으나, 최근 발표된 <반한류 시위에 대한 공감도> 조사결과(한국문화산업교류재단 2016b)를 통해 볼 때 동남아시아의 반한류 현상이 그 모습을 일부 드러내고 있다(동남아시아에서는 태국, 말레이시아, 인도네시아 3국만 조사대상에 포함되었음). 14개국을 대상으로 한 <반한류 공감도> 조사 결과(한국문화산업교류재단 2016b: 21, 269)에 따르면, 2015년 반한류 공감도의 전체 평균은 16.2%이다. 그런데 인도네시아의 경우 2014년 조사에서 17.8%이던 것이 2015년에는 30%에 육박하는 29.8%로 나타났다(참고로, 중국은 14%, 일본은 17%). 이는 전체 평균을 한참 웃도는 수치일 뿐 아니라, 말레이시아(17.1%)나 태국(15.8%)과도 큰 차이를 보인다. 반한류 공감의 이유는 ‘자국의 콘텐츠 산업 보호’와 ‘타문화에 대한 반감’이 동일하게 83.2%로 제시되었다. 한류와 반한류가 동시에적으로 존재한다는 점에서, 이러한 수치는 인도네시아가 케이팝 ‘한류 마니아’ 분포에서 4위라는 사실, 그리고 한류가 인도네시아에서 급속히 확산 및 성장하고 있다는 사실과 함께 고려될 필요가 있다. 이러한 맥락에서 반한류가 어떠한 내용으로 어떻게 발현되고 있는지 좀 더 상세한 탐구가 요청되는 것이다.

3) 해당 자료에서 한류지수에 따른 고성장과 중간성장을 구분하는 판별 기준 값은 별도로 제시되어 있지 않다. 한류지수 산출에 대해서는 『2015 한류의 경제적 효과에 관한 연구』(한국문화산업교류재단 2016a: 3-4) 참조.

2. 한류연구의 경향과 반한류 선행 연구들

1) 한류 관련 연구 경향

한류 연구가 시작된 이후 약 15년간 관련 연구가 500여 편 넘게 산출되며 많은 축적을 이루었다는 점에서 ‘한류 연구 경향’을 추린다는 것은 무의미하고 불가능해 보이기까지 하다. 그럼에도 불구하고, 한류에 대한 메타연구 결과(손승혜 2009; 임학순 외 2014)를 종합해 보면 한국 한류 연구의 몇 가지 기본 특성을 다음과 같이 정리해 볼 수 있다. 첫째는 연구의 분야가 한류의 발전과 함께 다양해졌음에도 불구하고 주요 연구 산출 분야는 경영, 관광, 경제이며, 국내 요인에 기초한 정책적 산업적 제언 연구가 전체 연구의 80%를 넘게 차지한다는 점이다. 둘째, 연구 대상 국가 역시 다변화되고 있으나, 여전히 중국과 일본이 과반 이상을 차지하는 현실이다. 셋째, 2차 자료의존도가 절반에 달하고, 구체적 대상국가 및 지역에 대한 고찰이나 해외 수용자 연구는 찾아보기 힘들다는 것이다. 거칠게 요약하자면, 그동안 한류 연구를 추동해 온 주요 관심은 수출을 목표로 한 경제적 효과와 국가적 이익 선상에 놓여 있으며, 연구대상도 일본과 중국에 쏠려있어 이들 국가를 넘어서 타지역에 대한 이해를 천착하는 지역 맥락의 한류 문화 연구는 매우 부족한 상황이다.

그동안 문화연구의 관점에서 이뤄진 연구들은 관심의 초점과 성격에 따라 네 가지로 분류해 볼 수 있다. 첫째, 한류 현상을 담론적 실천 또는 수용자의 문화적 실천으로 드러내고자 한 접근이다(김수정 2012a; 김수정 외 2015; 신윤환 외 2006; 이동후 2003; 히라타 2005). 여기에는 한류 콘텐츠에 대한 분석과, 텍스트나 스타를 둘러싸고 수용자가 정체성을 교섭하고 구축하는 문화실천을 고찰하는 연구들도 포함된다(김수정 2014; 김수정 외 2013; 김현미 2003a, 2003b; 백원담 2004; 양은경 2006; Kim 2009; Shin 2009). 둘째, 한류

현상을 설명하기 위한 개념 탐색적 연구들이다. 국가 및 문화 간의 권력관계에서 문화의 역할을 보려는 ‘문화제국주의’ 개념, 아시아에 한류가 특히 잘 수용되었던 것을 문화적 공통성에 기초해 설명하는 ‘문화근접성’(또는 ‘문화할인율’) 개념, 문화본질론을 넘어서 초국가적 문화 성격으로서 포착하려는 ‘문화혼종성’에 관한 세 유형의 연구들이 그에 해당한다(김수정 외 2006; 류용재 2008; 송정은 외 2013; 유세경 외 2001; Shim 2006). 셋째, 한류라는 문화현상을 자본 및 정치와 접합되어 이뤄내는 동학으로 보고 비판적으로 접근하는 연구들이 있다(이동연 2006, 2011). 한류 연구를 대상으로 하는 메타 담론에 대한 분석이나 미디어의 한류 프레임 분석도 여기에 넣을 수 있겠다(이기형 2005; 조한혜정 2002). 넷째, 초국가적 한류의 성격을 테크놀로지의 속성과 이용의 측면에서 규명하려는 문화적 접근이다. 물론 문화적 접근은 흔히 의례와 같은 의미체계이자 수행적 실천이기 때문에 불가피하게 상기의 분류는 일정 정도 중첩될 수밖에 없다. 이상의 분류를 기준으로 볼 때 본 연구는 첫 번째 범주에 속한다. 본 연구가 한류에 대한 부정적인 정서들이 어떠한 담론 속에서 구성되고 표출되는지, 그리고 사람들은 반한류 현상을 어떻게 바라보며, 이러한 반한류 담론이 해당 국가와 한국 사회에 대한 어떤 이해에 이르게 하는가에 초점을 둔다는 점에서 그러하다.

2) 반한류에 관한 선행연구

반한류 현상에 관한 연구는 2007년에 시작되었지만(임학순 외 2014), 반한류 연구들도 전체 한류 연구 경향과 궤를 같이하며 주로 일본과 중국을 중심으로 이뤄졌다. 본격적인 비교 조사연구는 2009년 한국문화관광연구원(이윤경 2009)이 수행한 일본, 중국, 태국, 인도네시아, 싱가포르 등 5개국의 주요 일간지를 대상으로 한 반한류 현황이다. 이 결과에 따르면 각국의 반한류는 다음과 같은 특성으로

나타난다. 먼저 일본의 경우 반한류는 정치·외교적 분쟁과 관련하여 기존의 한일 간 적대감정이 심화되는 과정에서 한류 콘텐츠에 대한 비판이 첨부되는 유형이며, 주요 일간지 보다는 개인 블로그나 익명 커뮤니티를 통해 반한 내지 반한류 정서가 무절제하게 표출되는 것으로 나타나고 있다. 이는 일본 혐한류에 대한 가장 체계적인 연구인 한영균(2013)의 연구와 일본에서의 혐한류 연구들(김은준 외 2016; 박수옥 2009; 정수영 2010; 주정민 2013)에 의해 재확인 되고 있다. 즉, ‘반한류’와 ‘반한’은 구분되어야 하는 것으로서, 실상 일본에서 ‘혐한류’는 한류 콘텐츠와 연관된 부정적 정서나 반한류 인식이 아닌, ‘반한’의 입장을 지닌 일부 우익 집단들의 용어 차용에서 나타난다. 따라서 그 원인은 한일 양국의 오래된 역사적 관계와 갈등에서 비롯되며, 인종차별주의와 배외주의에 기초한 것이다. 실제로 한류 스타나 콘텐츠를 직접 비난하는 것은 2010년 이후에야 시작되었는데, 이 역시 양국의 역사관계나 외교적 마찰과 결부시켜 한류산업의 근원지인 한국의 반일정서를 공격하는 것이라 할 수 있다. 따라서 ‘반한’이 ‘반한류’의 외피를 쓰는 경향이 강하며, 한류 콘텐츠에 대한 불만이나 비호감이 ‘반한’으로 발전하는 것은 찾기 힘들다.

이에 반해 중국은 반한류가 동아시아 역사와 관련된 분쟁이나 민족주의를 자극하는 문화적 마찰에서 발생한다는 특성이 지적된다(김은준 외 2016; 원차오샤 2012; 유보전 2014; 윤경우 2009; 이윤경 2009; 한은경 외 2007). 한국과 중국의 밀접한 역사적, 문화적 관계는 중국 수용자들에게 중화주의라는 문화민족주의 감정에 기초한 문화기원 논쟁을 야기시킨다. 따라서 반한의 감정을 지닌 중국인들이 반한류를 전개하기도 하지만, 한류 드라마에서 중국과 중국 역사에 대한 재현(예, <대조영> <주몽> 등) 등이 반한류 정서를 촉발하고 반한의 태도로 전환되기도 한다. 또한 일본에서는 찾기 힘든 ‘자국 문화산업의 보호’ 논리가 중국에서는 반한류 현상을 지지하는 정서

를 뒷받침한다. 따라서 중국의 강한 중화주의와 문화자존감은 온라인 공간에서 유통되는 오보나 루머에 의해서도 쉽게 영향 받는다. 또한 중국과 일본은 공통적으로 온라인이 반한류가 유통 확산되는 주요한 공간이자 미디어임이 확인된다. 이상의 일본과 중국에서의 반한류 관련 선행 연구들은 본 논문이 다루고자 하는 인도네시아와 베트남의 반한류 특성을 파악하는데 유용한 참고가 될 것이다.

중국과 일본에 관한 조사결과와 비교해 볼 때, 동남아시아에서의 반한류 현상에 관한 연구는 상대적으로 매우 미약하다. 이윤경(2009)의 보고서에 따르면, 태국의 반한류는 일방적인 한류 열풍 상황이 주는 ‘문화적 자존감의 손상’ 양태로 표출되며, 인도네시아와 싱가포르의 경우는 한류 콘텐츠를 빠른 속도로 수용하는 가운데 파생되는 자국 내의 경제, 사회적 문제들에 대한 우려의 양상을 띠는 점이 확인되는 수준이다.

실상 동남아시아는 반한류 연구는 고사하고 한류 현상을 다룬 연구도 매우 부족한 실정인데, 최근 들어 적극적인 한류 수용 국가들을 다룬 연구들이 조금씩 등장하고 있다. 이를 간략히 소개하면 다음과 같다. 말레이시아의 한류 연구(조금주 외 2013)는 말레이시아 청소년과 성인의 한류 인식을 밝히면서, 외래문화의 수용에 상당히 개방적인 태도를 지닌 말레이인들이 한류 역시 배타적인 태도가 아닌 하나의 유행적 흐름으로 파악하고 있다고 지적한다. 인도네시아 내 한류 수용에 대한 송정은 외(2013)의 연구는 인도네시아가 케이팝을 모방하면서 새로운 혼종문화의 형태로서 ‘아이팝’(I-pop, 인도네시아 팝)을 생성하고 활용하는 것에 주목한다. 또한 반한류에 대한 인식과 정서도 존재하고 있음을 언급하고 있다. 베트남에서 한류의 수용과정과 한류가 어필하는 요소들은 이한우 외(2013)에 의해 연구되었는데, 연구결과 중에서 한국 드라마의 느린 전개, 내용의 유사성이나 과잉 감정이 불만 요소로 지적되었다는 점은 한류 콘텐츠에 대한 부

정적 평가의 요인을 시사해준다. 이들의 연구결과는 김수정(2012a)의 동남아시아 4개국(베트남, 싱가포르, 태국, 인도네시아)의 한류 콘텐츠 수용자 심층인터뷰 결과와도 공명한다. 김수정은 한류 연구가 지나치게 중국과 일본에 치중된 점을 지적하며 동남아 지역의 한류 수용에서 ‘개방성과 다양성’의 특성을 강조한다. 본 연구 역시 동남아시아 각국이 차이를 지니면서도, 종족, 언어, 종교와 같은 문화적 경계가 국경을 기준으로 상호배타적으로 나뉘지 않는 사회문화적 특성에 주목하며 ‘반한류’ 연구를 시도하고자 한다.

이러한 선행연구를 기반으로, 본 연구는 한류가 고성장하고 대중화되는 인도네시아와 더불어 동남아시아 국가 중에서 한류 수용 역사가 가장 오래되며, 일찍 대중화되고 여전히 성장하고 있는 베트남 사회에서 반한류의 현상을 살펴볼 것이다. 지금까지 살펴본 각국의 반한류 선행 연구들은 반한류 정서가 형성되고 유통 및 확산되는 것이 소셜미디어를 위시한 온라인 공간임을 공통적으로 지적해 왔다. 그러나 온라인 공간에서의 반한류 담론을 대상으로 수행된 연구들은 막상 찾기 어렵다. 따라서 본 연구는 그동안 소홀히 되어온 동남아시아 국가사회에 대한 반한류 현상을 경험적으로 탐색할 뿐만 아니라, 공적 담론과 사적 담론들이 혼용되고 매개되는 온라인 공간에서의 반한류 담론들을 고찰해보고자 한다.

Ⅲ. 연구방법

1. 분석 대상 국가

본 연구의 분석대상으로서 인도네시아와 베트남은 다음과 같은 이유로 선정되었다. 첫째, 한국문화산업교류재단의 자료에 따르면

(2016a: 6) 인도네시아와 베트남은 둘 다 동남아시아에서 한류가 대중화된 국가로서, 반한류 현상 역시 분명히 관찰된다. 특히 베트남의 경우 동남아시아에서 가장 먼저 한류가 시작되어 동남아의 한류를 대표해 오며 중간 성장을 보이는데 비해, 인도네시아의 한류는 고성장 단계에 있으므로 상이한 한류 수용 국면에 있는 두 국가의 비교가 좀 더 유용할 수 있다고 판단했다. 둘째, 인도네시아는 이슬람교도가 인구의 87%를 차지하고 있는데 비해, 베트남 주민의 약 45%는 토속 신앙, 약 30%가 무종교이며, 불교는 약 16%인데 이처럼 상이한 종교 문화적 배경을 지닌 국가들에서 반한류를 함께 살펴보는 것이 반한류 현상에 대한 이해를 넓힐 수 있다고 판단했다.⁴⁾ 셋째, 연구 실행가능성(feasibility)에 있어서 인도네시아어와 베트남어 번역자와 인터뷰 참여자에 대한 접근이 다른 국가에 비해 더 수월했기 때문이다.

2. 온라인 담론분석과 서면 인터뷰 절차

본 연구의 주요 분석 방법은 첫째로 온라인 담론 분석이며, 두 번째는 서면 인터뷰이다. 반한류 현상이 주로 온라인에서 발생되고 전파된다는 점에서 반한류 현상의 분석대상으로서 온라인 담론의 선정은 필수적이다. 그러나 반한류에 대한 온라인 담론의 경우 반한류의 내용은 파악 가능하지만, 그러한 현상에 대한 대중적 인식은 제대로 알기 어렵기 때문에 현지인을 섭외해서 이메일을 통해 그들의 의견과 태도를 (인적정보와 함께) 얻는 방식으로 온라인 담론분석 방

4) 2012년 퓨리서치 조사발표에 따르면, 2010년 기준으로 베트남 주민의 45.3%가 토속 신앙을, 16.4%가 불교, 그리고 기독교가 0.4%, 무신론자는 29.6%로 나타났다(Pew Research Center 2010 *The Global Religious Landscape*) <http://www.pewforum.org/files/2012/12/globalReligion-tables.pdf>

법을 보완하고자 했다.

분석대상으로서 반한류에 대한 온라인 담론은 다음과 같은 절차로 구성하였다. 첫째, 인도네시아와 베트남의 주요 검색 사이트에서 ‘반한류’, ‘안티 케이팝’, ‘케이팝’을 키워드로 검색하여 지난 5년간의 모든 반한류 관련 기사와 블로그 글들을 취합하였다. 둘째로, 조회수가 많은 안티 케이팝 사이트를 각국에 하나씩 선정하고, 게시글이 많지 않은 사이트는 다른 사이트를 추가로 선정해서 분석 대상으로 삼았다(<표 1 참조>). 이들 반한류 또는 안티 케이팝 관련 글들 중에서, 분석의 가치가 있다고 판단되지 않는 사진이나 이미지는 제외하고, 좋아요 클릭수와 리트윗, 답글이 많은 것들을 골랐다. 그러나 객관적이고 엄밀한 기준을 잡을 수는 없어서, 본 연구의 목적에 적절하다고 생각하는 글들을 최대한 채집하는 방식을 취했다. 셋째, 번역은 인도네시아어에 능통한 한국인 박사과정생 한 명과 한국어를 잘 구사하는 인도네시아 출신 석사과정 유학생이 채집된 글들을 전량 번역했다. 베트남의 경우 25년간 한국에 거주하며 강의를 하고 있는 베트남 출신 박사수료생이 전량 번역했으며, 번역 기간은 한 달이 소요되었다.

인도네시아와 베트남 현지인의 서면 인터뷰는 각 통역자의 지인을 시작으로 눈덩이 표집방법(snowball sampling)을 통해 총 31명의 참여로 수행되었다. 서면 인터뷰는 번역을 포함해서 2015년 7월 초부터 8월 초까지 약 한 달이 소요되었다. 인도네시아 인터뷰 참여자는 15명(남성 4명, 여성 11명)이며(<표 2>참조), 베트남 인터뷰 참여자는 16명(남성 5명, 여성 11명)이다(<표 3> 참조). 이들의 신분은 학생에서부터 생산직 기술자까지 다양하였고, 인도네시아 인터뷰 참여자 중에는 블로그나 패션 잡지, 출판, 자유기고가 등 미디어 관련 일을 하는 5명이 포함되었다. 파일럿 인터뷰로 인도네시아인 한 명을 면대면 인터뷰한 것을 제외하고 30명 모두 서면 인터뷰를 실시했

다.

서면 인터뷰는 먼저 자국어로 된 질문을 이메일로 전달하고 다시 이메일로 응답을 받는 방식이었는데, 이는 장단점을 모두 가지고 있다. 서면 인터뷰의 단점은 무엇보다도 인터뷰 진행시 응답자의 어조나 몸동작에서 무의식적으로 배어나오는 정서나 태도를 읽어낼 수 없다는 점에서 일종의 정보가 유실될 수 있다. 둘째로는 연구자와 응답자 간의 즉각적인 상호작용이 어렵기 때문에 상황에 맞춰 정보를 적절히 그리고 순발력 있게 구하기 어렵다. 그러나 이러한 단점 이상으로 장점 역시 존재한다. 첫째로 연구자가 한국인이라는 점에서 인터뷰 참여자들이 자국의 반한류에 대한 솔직한 감정을 면대면의 상황에서는 피력하기가 쉽지 않다는 것이다. 특히 직설적인 화법을 구사하는 한국인과 달리 친절함(nice)함을 큰 미덕으로 알고 실천하는 인도네시아인⁵⁾들의 입장에서는 연구자가 소속된 국가와 문화에 대한 비판적 의견을 제시하기란 쉽지 않다고 판단했다. 둘째, 서면 인터뷰 참여자들이 시간에 구애됨 없이 자신의 생각을 돌아보거나 정리하며 의견을 피력하는 것이 연구 내용의 충실도뿐 아니라 인터뷰 참여자들에게 진정성을 담보할 수 있다고 생각했다. 셋째, 연구자가 인도네시아어와 베트남어를 구사할 수 없기 때문에, 통역에 의존할 경우 대화의 흐름이 깨지며, 인터뷰 시간이 배가 되는 등의 문제를 겪을 수 있으므로 이를 최대한 피하고자 했다. 뿐만 아니라 면대면 인터뷰는 인터뷰 결과를 글로 풀어쓸 경우 먼저 자국어로 옮기고, 이를 다시 번역하는 두 단계의 절차를 거쳐야하지만 서면의 경우 번역을 한 단계로만 줄일 수 있어서 비용절감의 효과가 있다. 넷째, 이메일을 통한 파일 첨부 형식의 질의응답 인터뷰는 수용자가 굳이 한국에 거주하지 않아도 할 수 있기 때문에 현지인 인터뷰 참여자를

5) 이는 주저자가 연구 방문차 인도네시아에 머물 때 여러 인도네시아 사람들에게 듣고, 연구자의 직접 체험에 기초한 것이다.

구하는 것이 상대적으로 수월하다. 또한 한국 거주 경험이 인터뷰 참여자들의 의견에 편향적 요인으로 작용할 가능성도 줄여준다. 서면 인터뷰 역시 온라인 담론 번역에 참여한 연구보조원들이 번역하였다. 응답자들 일부는 자신들이 본 안티 케이팝 사례의 기사들이나 사진들을 파일로 보내기도 했다. 서면 인터뷰 분량은 평균 A4(10포인트, 자간 160%) 5장의 분량이었고 많게는 8장 적게는 3장이었다. 인터뷰 참여자들에게는 소정의 사례비를 은행 계좌로 지급했다. 인적정보를 제외하고 인터뷰 질문 내용은 반한류 현상에 대한 인식(원인, 심각성)과 평가(영향, 태도)를 중심으로 세부적으로 나누어 구성되었다.

<표 1> 국가별 주요 온라인 분석 사이트

국가	주요 온라인 분석 사이트	
인도네시아	https://www.facebook.com/ANTIKoreanBoyDanGirlBand https://www.facebook.com/pages/Anti-K-Pop-But-Love-Indonesia http://www.detik.com http://okepop.com	게재 시기: 2011.8~2015. 8월 최근 5년 채집된 글: 총 26건
베트남	https://www.facebook.com/antikpop?fref=ts http://vnexpress.net/ http://www.tinmoi.vn/ http://kenh14.vn/ http://dantri.com.vn/ VTV1 (베트남 국영방송)	게재 시기: 2010. 8 ~ 2015. 3월 까지 게시물은 49건(검색물 27건+반한류 페이스북 22건) 외 방송번역물 1건이 더해 총 50건임

<표 2> 인도네시아 인터뷰 참여자 정보(총 15명)

ID	성별	나이	직업	학력	자국 거주지	한국체류 기간	한류 호감	취향 서열
I-A	남	23	대학생	대졸	자카르타	6개월	보통	1.미국 2.일본 3.한국
I-B	남	35	군인	석사	미기재	미기재	보통	1.미국 2.일본 3.한국

동남아시아 반한류에 나타난 문화적 갈등과 특성 17

I-C	남	22	언론관련	대졸	자카르타	미기재	보통	1.미국 2.일본 3.한국
I-D	남	36	언론관련	대졸	보고르	미기재	보통	1.미국 2.일본 3.한국
I-E	여	25	대학생	대졸	자카르타	2년 반	비호감	1.미국 2.한국 3.인도네시아
I-F	여	20	대학생	고졸	자카르타	6개월	보통	1.미국 2.한국 3.일본
I-G	여	21	대학생	고졸	자카르타	6개월	보통	1.미국 2.한국 3.일본
I-H	여	24	대학생	대졸	미기재	2년 7개월	보통	1.미국 2.한국 3.일본
I-I	여	24	대학생	대졸	미기재	2년 7개월	보통	1.미국 2.중국 3.일본 4.한국
I-J	여	24	대학생	대졸	반둥	6개월	좋아함	1.미국 2.한국 3.일본
I-K	여	36	공무원	석사	미기재	미기재	보통	1.일본 2.미국 3.한국
I-L	여	29	준공무원	대졸	반둥	미기재	보통	1.미국 2.한국 3.일본
I-M	여	28	언론관련	석사	자카르타	미기재	보통	1.일본 2.미국 3.한국
I-N	여	26	언론관련	석사	자카르타	미기재	보통	1.미국 2.일본 3.한국
I-O	여	26	언론관련	대졸	자카르타	미기재	좋아함	1.일본 2.한국 3.미국

<표 3> 베트남 인터뷰 참여자 정보 (총 16명)

ID	성 별	나 이	직업	최종 학력	자국 거주지	한국체류 기간	한류 호감	취향 서열
V-A	남	27	노동	대졸	다낭	4년	팬	-
V-B	남	22	대학생	미기재	호치민	4	보통	-
V-C	남	31	회사원	대졸	미기재	3년	미응답	-
V-D	남	20	대학생	고졸	하노이	1년	보통	1.미국 2.한국 3.중국
V-E	남	27	노동	고졸	다낭	4년	좋아함	-
V-F	여	23	대학생	고졸	하노이	2년	팬	-
V-G	여	31	강사	석사	미토	2년 반	좋아함	-
V-H	여	29	회사원	석사	하노이	미기재	좋아함	1.미국 2.영국 3.유럽 4.일본 5.한국
V-I	여	23	회사원	대졸	호치민	1년	보통	1.미국 2.한국 3.중국
V-J	여	29	회사원	석사	하노이	2년	팬	1.미국 2.한국 3.중국
V-K	여	25	대학생	대학	호치민	1년	좋아함	-
V-L	여	28	회사원	대졸	미기재	3년	비호감	-
V-M	여	22	대학생	미기재	호치민	7개월	좋아함	-
V-N	여	29	통역원	대졸	하노이	4년	보통	1.미국 2.중국 3.한국
V-O	여	26	회사원	대졸	하노이	미기재	보통	1.미국 2.한국 3.중국
V-P	여	24	회사원	대졸	하노이	1년	팬	1.미국 2.한국 3.중국

IV. 인도네시아와 베트남의 반한류 담론과 인식

1. 인도네시아 반한류 담론

인도네시아에서 반한류 정서의 표출과 유통은 중국이나 일본처럼 주로 인터넷과 소셜미디어 등의 온라인 공간에서 발생한다. 이러한 사실을 입증하듯, 인도네시아의 인터뷰 참여자들은 반한류 관련 기사나 이야기들을 소셜미디어나 블로그를 통해서 접한 경험이 있다고 말한다. 온라인 공간의 반한류 담론과 인터뷰 참여자들의 응답을 분석한 결과, 인도네시아에서 반한류적인 태도가 형성되는 갈등 지점과 전개 양상은 다음의 세 가지로 정리해 볼 수 있다. 첫째, 한류 콘텐츠 특히 케이팝과 이슬람 종교 및 문화적 가치와의 충돌, 둘째, 문화정체성의 수호를 앞세운 담론으로 발전, 셋째, 한류 콘텐츠 자체에 대한 반감에서 인도네시아의 열성 케이팝 팬에 대한 반감으로 전환으로 요약될 수 있다. 이를 다음에서 상세히 살펴본다.

1) 종교적 및 문화적 가치와의 충돌

인도네시아는 다종교 사회이지만 전체 국민의 87%가 무슬림에 속하기 때문에, 이들은 케이팝에 드러나는 성적 선정성, 외모중시, 성형수술문화 등이 자신들의 종교적 가치에 위배된다고 여긴다. 인터뷰 참여자들도 한류에 반감을 일으키는 원인으로 이를 공통적으로 지목한다.

한국 문화나 행동은 인도네시아 문화랑 맞지 않는 점이 다수 있습니다. 예를 들면, 술을 마시거나 옷을 너무 노출해서 입거나, 사회가 너무 자유인지 대부분 성형수술을 좋아하는 것 등입니다. 그것은 이슬람 종교를 갖고 있는 인도네시아 사람의 규범과 많이 다릅니다. 그래서 요즘 케이팝 때문에 사회의 도덕이 약해질까

봐 걱정이 됩니다. (I-O, 여)

인도네시아의 반한류 온라인 담론에서 케이팝과 연관된 선정성과 성형수술 지적은 케이팝 아이들이 외모에 의존하는 실력 없는 가수라는 비방과 한류가 보여주는 문화가 성적 노출에 의존하는 저질문화라는 비난 담론의 근거로 사용된다. 일례로 안티 케이팝 팬들이 형성한 페이스북 사이트에는 케이팝을 포르노라 칭하는 글도 올라온다.

방금 라자와리 방송에서 봤는데 미쓰에이 굿바이 베이비 노래를 봤더니 욕망이 올라갈 것 같아. 허벅지나 가슴을 노출한 채 인도네시아 젊은 사람들에게 보여준다는 것은 안 돼. 미쓰에이는 도덕을 땅에 떨어뜨릴 뿐이야. “포르노는 안 돼!”

여성의 노출을 금지하는 이슬람 문화에서 선정성을 크게 문제 삼는 상황에서, 동성애의 암시는 더욱 큰 문제가 된다. 케이팝 보이그룹인 슈퍼주니어가 동성애 팬픽⁶⁾을 의식해서 일종의 팬서비스 차원으로 2009년 공연무대에서 멤버들 간의 짧은 입맞춤 장면을 연출했는데, 이 퍼포먼스가 인도네시아 온라인에서 큰 이슈가 되었다. 반한류 태도를 지닌 사람들은 이 퍼포먼스를 안티 케이팝 사이트 등에서 지속적으로 재론하며 안티 케이팝의 정서를 표출한다.

아시아 사람으로서, 특히 인도네시아 사람으로서 그런 일을 받아들일 수 있을까? 동성끼리 키스하는 것은 문화 차이도 아닐뿐더러 음악 자체도 더럽힌다.

6) 팬들이 자신의 팬덤 대상을 두고 생산한 소설을 팬픽(fan-fiction)이라 부르는데, 팬픽 중 팬들이 자신들이 좋아하는 보이그룹의 멤버들을 동성 간 에로틱한 관계로 설정한 소설을 슬래시(slash)라 한다.

그리고 인터뷰의 여러 응답에서도 “동성 간의 지나친 스킨십은 인도네시아 문화와 윤리에 위배되는 모습입니다”(I-H, 여)와 같은 내용들이 자주 확인된다. 사실 그 입맞춤은 케이팝 보이그룹의 매우 이례적인 퍼포먼스였음에도 불구하고, 성형 및 성적 노출과 함께 안티 케이팝의 주요 내용인 듯이 다뤄지고 있었다.

인도네시아의 종교 및 문화적 가치에 위반되는 것으로 지적되는 것은 비단 케이팝 뿐만 아니다. 한국 드라마에서 등장하는 ‘삼겹살에 소주’나 한국인들의 거친 행동은 인도네시아의 문화적 가치와 상충되는 것으로 지적된다.

한국 문화와 이슬람 종교의 규칙은 좀 다릅니다. 예를 들면 술 취하거나 욕을 하고 큰 소리로 말하고, 싸우고, 성형수술, 돼지고기를 먹는 것입니다. 항상 한국 드라마에서 이런 나쁜 행동이 나오는데 젊은 사람들에게 (그런 장면을) 보여주면 안 된다고 생각합니다. 한국에서 그런 행동은 일반적이지만 케이팝 팬들이 많은 인도네시아와 다른 동남아 나라인 말레이시아, 브루나이, 싱가포르 경우 그런 행동은 맞지 않습니다. ... 만약 그런 것이 계속 된다면 아마 한국에 대한 호감이 감소할지 모릅니다. (I-P, 여)

이슬람 문화는 인도네시아 문화와 등치되기 때문에, 인도네시아에서 케이팝의 인기는 인도네시아의 문화에 대한 위기 담론으로 발전한다. 한 응답자(I-K, 여)는 “노출, 화장, 성형수술, 음주, 동성애 같은 한국 문화의 나쁜 영향은 인도네시아 다음 세대들에게 위협이 될 수 있는데, 그 이유는 인도네시아 문화가 없어질 수도 있고 도덕도 나빠질 수 있기 때문”이라며 자국 문화에 대한 위기의식을 내보이기도 한다. 케이팝의 이례적인 퍼포먼스에서 유추된 동성애는 곧바로 한국문화로 일반화된다.

케이팝에 대한 비판 담론은 비단 온라인의 안티 케이팝 동조자들에게 의해서만 형성되는 것이 아니며, 종교계와 교육계의 태도와 담론

역시 반한류의 기류 형성에 기여한다. 실제로 인터뷰 응답자들 중에는 인도네시아 사회 내에서 반한류적 목소리를 내는 주체로서 ‘교인들, 교육계, 학계’를 언급하며 “그들은 예배나 학교수업 때 반한류에 대해 알려줍니다. 그들은 인도네시아 젊은 사람에게 한류를 반대하라고 직접 말합니다”(I-B, 남)라며 공식 기구들에서의 반한류 목소리가 존재한다는 것을 알려준다.

2) 문화민족주의와 문화정체성의 수호

한국에 대한 대표적인 이미지로 케이팝(45.5%)을 떠올리는 인도네시아에서(한국문화산업교류재단, 2016b: 239) 케이팝을 이슬람 종교적 가치와 충돌하는 대상으로 여길 때, 케이팝은 인도네시아의 문화를 위협하는 외래문화라는 담론으로 발전한다. 케이팝이 인도네시아 음악과 대립관계에 놓임으로써, 인도네시아 음악이 아닌 케이팝을 좋아하는 것은 ‘자신’을 잃어버리는 것이 된다. 일례로, 인도네시아 유명 연예잡지 사이트(Kapanlagi.com)는 2011년 8월 21일에 <케이팝을 좋아하는 사람은 인도네시아 음악의 안티인가>라는 제목의 분석 기사를 게재하면서, 다음과 같이 민족주의 감정에 호소하면서 인도네시아 음악의 분발과 발전을 촉구한다.

열광적인 케이팝 팬들은 보통 인도네시아 음악의 안티라고 할 수 있다. 그들은 인도네시아 음악보다 한국 음악을 더 좋아한다. ... 다른 나라의 음악을 좋아하지 말란 법은 없다. 하지만 우리는 인도네시아 음악을 더 응원해야 한다. 만약 인도네시아 가수가 한국 음악을 따라하면 케이팝을 좋아하는 사람들에게 욕하지 말고 부드럽게 알려주면 된다. 인도네시아 가수도 마찬가지로 자기 나라의 음악이 더 좋다는 것을 보여주어야 한다. 인도네시아 음악 파이팅!

문화민족주의에 대한 호소는 케이팝을 모방하는 아이팝(I-pop)에

대한 비판을 동반한다. 10대에게 인기를 끌고 있는 아이팝은 케이팝을 모델로 삼아 그룹 댄스와 스타일을 강조하는 새로운 혼종화된 대중음악이라 할 수 있는데, 밴드 중심이던 기존의 인도네시아 팝 음악과 차별화된 아이돌 문화를 만들어내고 있다(송정은 외, 2013). 인터뷰에서도 한류의 열풍이 인도네시아에서 ‘모방’ 현상을 낳고 있다는 인식은 쉽게 발견된다.

인도네시아 음악에서 대개 가수는 그냥 노래만 불러요. 근데 케이팝이 들어오면서 인도네시아에서 춤을 추는 가수가 나오기 시작했어요. 요즘 인도네시아어 가사에 한국어를 섞어 노래 부르는 것도 있어요. 예를 들면 “사랑해요” 그런 거요. (I-C, 남)

이러한 모방행위는 인도네시아 사람들의 문화적 자존심에 상처를 주는 것으로 이해되기도 한다.

소셜미디어에서 케이팝을 싫어한다고 하는 사람들은 인도네시아의 많은 젊은이들이 인도네시아 문화보다 케이팝을 더 좋아한다고 말합니다. 또 (케이팝을 모방해) 인도네시아에서 질이 떨어지는 보이밴드와 걸밴드가 만들어져서, 인도네시아 음악의 질을 떨어뜨린다고 말합니다. 그리고 국제사회에서 창피한 모습이 되었다고 생각합니다. (I-F, 여)

그리고 이는 “케이팝 팬들이 한국인들의 행동, 생각, 언어까지 따라하는데, 그러다보면 인도네시아의 고유한 문화는 점차 사라질 수 있습니다.”(I-D, 남)와 같은 문화적 위기의식으로도 표현된다.

온라인 안티 케이팝 사이트들 역시 위기담론을 통해 문화제국주의에 대한 비판의식을 동기화시키며 역사적 경험을 소환한다.

바보 케이팝 팬들 안녕! 이걸 읽어봐! 역사 수업을 했을 때, 선생

님이 옛날과 지금의 식민지의 지배에 대해 설명했지. 옛날에 인도네시아는 정신과 육체, 경쟁으로 네덜란드에 지배당했어. 반면에 지금은 인도네시아가 육체적으로 지배되는 건 아니지만 한국 문화에 지배당하고 있어. 한국문화가 우리를 손상시키고 있는 거야.

그리고 이러한 견해는 인터뷰에서도 발견되는데, “인도네시아에서 한류가 문화를 통치하는 것이라 말할 수 있습니다”(I-J, 여)라는 목소리가 그것이다. 이처럼 온라인 보도, 반한류 사이트, 일반인 영역을 망라하여 한류에 대한 일종의 위기의식에서 비롯된 반감들은 문화민족주의에 기대어 문화정체성을 수호하고자 하는 공통된 양상을 보인다. 이때 인도네시아 문화정체성이란 어떤 고정된 실체라기 보다는 명백히 타 국가에 속한다고 판단되는 한류 대중문화물의 거부와 대립을 통해 상상되고 구성되는 것이라고 말할 수 있다.

3) 케이팝 열성팬에 대한 반감

인도네시아에서 케이팝의 인기가 높아갈수록, 케이팝에 대한 반감의 대상은 케이팝 콘텐츠 자체에서 그것을 열정적으로 수용하는 청소년들로 옮겨진다. 케이팝은 그에 열광하는 청소년들의 도덕적 기준을 흔들다는 이유로 세대 갈등이자 사회적 문제의 근원지로 부상한다. 몇몇 인터뷰 응답자들은 청소년 열성팬들이야말로 반한류의 진정한 갈등 지점이라는 의견을 제기하기도 한다.

대부분 반한류는 한류 콘텐츠가 아니라 한류 팬을 싫어하는 것입니다. 반한류(적 입장) 되는 이유는 (우리를) 불편하게 만든 광신적인 팬 때문입니다. (I-E, 여)

인터뷰 응답자들은 케이팝에 대한 열성팬들이 ‘오빠’라는 한국어를 일상생활 속에서 사용하고, 페이스북에 한국이름을 쓰며(I-A, 남),

케이팝 아이들을 신처럼 떠받든다고 얘기한다. 케이팝 열성 청소년 팬에 대한 뉴스 보도들은 공항에서 열광하는 케이팝 팬들의 모습에서 시작해, 스타가 묵는 호텔 앞에서 오랫동안 소리를 지르고 기다리며, 스타를 직접 보면 울고불고 소리를 지른다는 기사를 내놓는다.

팬덤 연구에 따르면, 상기 기술한 팬의 모습은 어느 소비자본주의 사회에서나 볼 수 있는 공통된 대중문화현상이지만, 사회가 팬덤을 병리적 현상으로 취급하는데 흔히 인용되는 묘사이기도 하다 (Duffett 2014). 하지만 팬덤의 병리화가 외국의 대중문화와 연결될 때는 세대 간 차이나 대중문화 역기능의 문제로 머물지 않고 안티 케이팝 페이스북 사이트에서 발견되는 것처럼 민족적 자존심의 문제가 되는 것이다.

한국은 그들(인도네시아 팬들)한테 아무 신경도 쓰지 않는데 왜 케이팝 팬들만 항상 한국에 신경을 쓰는지 이해가 안 간다.

한국 가수들은 인도네시아 젊은 사람의 정신에 한류웨이브의 이름으로 나쁜 영향을 준다. 패배자와 겁쟁이 같은 케이팝 팬들이 인도네시아를 배반하지 않으면 좋겠다.

한류의 열성팬에 대한 미디어 보도는 안티 케이팝 사이트를 통해 빠르게 유통되면서, 한류 열성팬들을 기성세대들의 걱정을 불러일으킬 뿐 아니라 민족적 자존심을 손상시키는 존재로 규정한다.

팬들 중에 일부는 광신적이 팬이 됩니다. 12살~17살 청소년들이 인도네시아 문화를 무시하고 한류를 더 좋아하는 애들이 많다고 합니다. 심지어 케이팝 아이돌과 같이 있기 위해 인도네시아 시민권을 버리고 한국 시민권을 갖고 싶어 한다고 들었습니다. (I-G, 여)

케이팝에 대한 청소년 열성팬 문제는 반한류 정서를 구성하는 세대 갈등과 국민정체성의 문제 뿐 아니라 계층 또는 국가 간의 문화취향의 서열화에도 연결되곤 한다. 한 인터뷰 참여자는 케이팝에 열광하는 팬들이 ‘간풍안’(한국어로 번역하면 ‘촌뜨기’)으로 불린다고 말한다.

케이팝 팬들이 ‘간풍안’으로 불리는 것은, 중간 계층인데도 불구하고 본인하고 어울리지 않게 굉장히 블링블링(화려)하고, 너무 튀고, 케이팝 스타를 어색하게 따라하며 하얀 피부처럼 만든다던가, 이런 것들이 너무 촌스럽게 느껴진다는 얘기죠. (I-C, 남)

응답자들에 따르면, 인도네시아에서 특히 미국 팝을 좋아하는 또래들은 케이팝 팬들을 ‘간풍안’이라고 부르면서 자신들의 취향을 상대적으로 더 세련된 것으로 차별화 한다. 즉, ‘간풍안’이라는 용어는 자신과 케이팝 팬을 구별짓기 하면서 상대를 폄하하는 의미를 내포한다.

4) 반한류에 대한 태도

인도네시아 응답자들에게 한류에 대한 반감이나 정서, 즉 반한류 현상은 대부분 매우 자연스러운 문화현상으로 이해되고 있었다.

어디에나 팬이 있으면 안티팬도 있죠. 따라서 저는 반한류 상황은 당연하고, 인도네시아에서 (한류가) 대중 소비되는 한 계속 있을 거라고 생각합니다. 따라서 (반한류를) 해결할 방법이 없습니다. 줄일 수 있는 방법만 있겠지요. (I-E, 여)

인터뷰 응답자들은 반한류 자체를 한류의 인기와 공존하는 문화현상으로 이해하면서, ‘극복’하거나 ‘해결’해야 하는 문제로 대하는 것 자체가 부적절하다고 이해한다. 한류를 좋아하는 것처럼 반한류

는 취향의 문제로 여기며, 나아가 문화적 균형감을 주는 기능도 있다고 여긴다.

반한류는 해결되지 않아도 괜찮다고 생각합니다. 사람마다 어떤 것을 좋아하거나 싫어할 권리가 있으며, 억지로 못 합니다. 저는 반한류가 없어져야 할 필요는 없다고 생각합니다. 사람의 취향을 억지로 할 수 없습니다. 반한류 (태도)는 광신적인 한류팬에게 제동을 거는 역할을 할 수 있습니다. (I-I, 여)

이들은 반한류는 소수여서 실제로 한류의 인기에 별 영향을 주지 않는다고 본다.

SNS는 반한류를 확산시키는 가장 큰 요인입니다. 그러나 인도네시아에 있는 반한류 현상이 (실제로) 한국 음악 시장이나 다른 경제에 별 영향을 주지는 않습니다. 그냥 사회생활에서 느끼는 마음을 그냥 부정적으로 말하는 것뿐이니까요. (I-A, 남)

반한류 현상이 인도네시아에 문화적 균형감을 주는 순기능을 할 수 있다는 기대는 인터뷰 참여자들에게 공통적으로 나타났다. 그리고 반한류 현상을 통해 한류가 발전 방향을 모색할 수 있기 때문에 한국에도 도움이 될 거라는 의견을 말하는 응답도 있었다.

가끔 반한류를 말하는 사람들은 이상한 의견을 말하지만 반한류 (현상)은 인도네시아에 한류의 균형을 맞추기 위해 꼭 필요합니다. 케이팝이나 미국문화도 마찬가지입니다. (I-G, 여)

반한류는 앞으로 한류가 어떻게 발전해야 하는지 도움을 주는 비평이라고 생각합니다. (I-O, 여), (I-K, 여)

인도네시아 응답자들에게 ‘균형(balance)’이란 단어가 자주 사용

된 점은 흥미로운데⁷⁾ 이는 개방적이고 관용적인 문화경험을 지닌 동남아시아 국가의 성격과 무관하지 않은 듯 보인다.

2. 베트남의 반한류 담론

베트남에서 한류의 열기가 부침을 겪어 온 것처럼, 반한류 현상 역시 일관된 현상이라고 가정할 수는 없다. 그러나 온라인에서 베트남의 반한류 정서를 감지하기는 어렵지 않다. 이는 베트남 인터넷에서 ‘한류’를 검색하면, 대부분이 반한류 의견이 나타난다는 인터뷰 참여자들의 응답에서도 드러난다. 베트남에서 반한류 담론은 크게 두 지점에서 발생하는데, 하나는 인도네시아와 유사하게 케이팝 열성팬을 대상으로 하며, 다른 하나는 한국 콘텐츠의 질 자체를 문제 삼는 것이다. 이를 순서대로 살펴보겠다.

1) 케이팝의 청소년 열성팬에 대한 반감

최근 베트남 사회에서 한류에 대한 반감을 조성한 화제 중 하나는 2012년 대학 입학시험 사건을 들 수 있다. 베트남 교육부가 ‘우상을 좋아하는 것은 아름다운 문화이지만 우상을 맹목적으로 숭배하는 것은 참화(慘禍)다’라는 주제로 논술 문제를 냈는데, 수험생 중 일부 ‘슈퍼주니어’ 팬들이 반대의견을 내거나 시험을 거부하면서 사회적 물의를 빚었다. 당시 열성 케이팝 팬들의 행동은 미디어들에 의해 앞 다투어 다뤄지면서 ‘광팬’(crazy fan)의 우상숭배 행위로 규정되어 담론화 되었으며, 그 핵심에는 케이팝이 놓여 있었다.

한국 스타를 맹목적으로 추종한다고 간주되는 케이팝 광팬들에 대한 사회적 우려는 그 사건 직전 이미 방송프로그램을 통해서도 공

7) 인도네시아 인터뷰 참가자 중 7명이 ‘균형’, ‘상대적인 힘의 평형’이라는 뜻의 ‘끄스 임방안(keseimbangan)’ 어휘를 사용했으며 총 10회 이상 나타났다.

문화되었다. 2012년 6월 9일 베트남 국영방송국 VTV1 채널에서 <문화이야기-우상문화>라는 제목으로 케이팝 팬들의 우상문화가 심리, 교육, 문화, 방송 등 다각도에서 다뤄졌다. 이 프로그램은 슈퍼주니어의 팬이라고 자칭한 한 소녀의 글을 ‘위험한 글’이라며 다음과 같은 원문을 소개한다. “만약에 나의 부모가 슈주(슈퍼주니어)의 콘서트에 못 가게 한다면 나는 부모를 죽일 수도 있다. 다행히도 그 늙은이들은 마음을 바꿔 나를 보내줬다.” 이어 프로그램은 ‘우상을 광적으로 사랑하는 베트남 팬들의 충격적인 이야기가 생각보다 많다’며 몇몇 온라인 게시글을 소개한다(예, “슈퍼주니어를 사랑하는 저에게 입장권 한 장을 준다면, 당신이 저와 같이 하룻밤을 보낼 수 있게 해드리겠습니다” “가족은 하루살이, 슈주는 전부”). 방송에 출연한 교육학 박사는 그것은 청소년의 잘못이 아니라 그동안 한류 방송을 많이 내보낸 ‘방송의 책임’이라고 추궁했고, 또 방송국 예능국장장은 “좋은 음악을 선택할 수 있게 지도하지 못한” 관계자들의 책임을 인정했다. 이러한 표현을 통해서 ‘좋은 음악’이 무엇인지는 분명하게 드러나지 않지만, 케이팝이 ‘좋은 음악’이 아니라는 견해가 우회적으로 표현된다. 뿐만 아니라, 청소년 케이팝 팬들은 음악 소비에 있어서 미성숙한 존재이며 계도의 대상으로서만 취급되고 있다.

팬덤, 더구나 대중문화에 대한 청소년 팬에 대한 기성세대의 그러한 비판적 반응과 평가는 어느 사회에서나 흔히 발견된다. 대부분의 사회에서 대중문화, 그리고 청소년과 여성은 상호 연관되어서 사회적으로 부정적으로 취급되어 왔다. 대중문화는 저급의 문화이므로 이를 주로 즐기는 청소년과 여성은 수동적이며 판단력이 부재한 존재라는 식의 평가와, 역으로 미성숙하고 이성적이지 못한 청소년과 여성이 즐기는 것이 대중문화이므로 대중문화는 저급하다는 논리가 그것이다(Duffett 2014; Hills 2004). 이는 일본에서 <겨울연가>의 대히트로 윤사마 열풍이 불 때, 일본 주간지들이 <겨울연가>를 ‘오바

상(아줌마)이 보는 유치한 드라마'이며, 여성 팬들은 '얼빠진 추종자'라고 비난을 쏟아내던 현상과 유사하다(Hayashi 2005). 결국 베트남의 반한류는 청소년 광팬 문제로 표출되는데, 이는 1970년대 미국 팝가수의 방한 공연에서 한국 여성팬들이 속옷을 던지며 환호하자 기성세대들이 일제히 미국의 대중문화와 청소년을 비판했던 사건과도 오버랩 된다. 베트남 방송 프로그램이 청소년 '광팬'의 문제에 대한 해결방안으로 자국 문화의 보호와 발전을 제시하는 점도 그리 낯설지 않은 것이다.

2014년 3월에는 인터넷 신문인 베트남 익스프레스가 <10대 광팬 증후군에 대한 이해>란 제목 아래 청소년 케이팝 팬덤을 '집단 증후군'이라는 병리적 증상으로 규정해 다루기도 한다. 이러한 보도와 극단적 행동들이 케이팝 팬들의 대표적인 행동처럼 온라인에 유포되면서, 케이팝에 대한 부정적인 시선을 형성했다는 점이 인터뷰에서 공통적으로 드러난다.

(‘광팬’) 때문에 케이팝에 대한 부정적인 의견이 많이 생겼습니다. 2012년에도 한국 가수들이 베트남에 공연하러 많이 왔는데, ... 남자팬이 막 울고 소리를 치는 모습이 인터넷을 통해 널리 보도되었습니다. 이 모습을 보고 사람들이 케이팝 팬을 많이 욕하기도 했습니다. (V-J, 여)

온라인에서 ‘광팬’과 관련된 충격적인 사례로 ‘가수 비(정지훈)가 베트남에 왔을 때 팬들이 비가 앉았던 의자에 키스했다’거나, ... ‘슈퍼주니어는 부모님보다 더 중요하다’ 또는 ‘가족보다 (케이팝 스타) 오빠들이 더 필요하다고 말한 딸을 집에서 쫓아낸 어떤 아버지의 이야기’들을 쉽게 접할 수 있지요. (V-J, 여)

베트남에서 반한류 온라인 담론들이나 인터뷰 응답자들은 대체로, 케이팝 열성 청소년 팬들은 스타에 빠져 공부를 하지 않는다거나,

아이돌 스타 선물 비용 마련으로 부모와 싸우는 등 갈등을 겪는다는 이야기를 전하며, 이것이 한류에 대한 이미지를 더욱 안 좋게 한다고 지적한다.

아이들은 부모의 경제형편에 상관없이 한류를 좋아하기 때문에, 한국 가수가 베트남에 방문하는 일이 있으면 어떻게 해서든지 보려고 하지요. 칠없는 아이들은 부모님께 손을 벌리지만 부모들은 돈이 없습니다. 아이들은 공연장의 담을 넘고, 표를 훔치고, 부모를 때립니다. 단지 가수를 보기위해 범죄를 저지르니까, 돈이 없는 부모는 자식 때문에 한류를 싫어하게 되고, 이런 모습을 본 다른 아이들 또한 반한류 태도를 갖게 됩니다. (V-F, 여)

이러한 상황에서 온라인 연예잡지 기사들은 ‘광팬’과 ‘진정한 팬’을 구별하고 대조시키며, 진정한 팬의 목소리를 활용해 광팬들을 비판하기도 한다. “진정한 팬들은 ... 보고 싶은 우상의 공연에 가기위해 더욱 열심히 공부해서 좋은 성적을 얻어 부모님을 설득하려는 팬들도 있다”며 사회의 질서에 포섭하는 방식으로 베트남 사회의 세대적 문제를 해결하려고 하는 것이다.

온라인 신문이나 잡지에 비해 온라인 안티팬 사이트들에서는 케이팝 열성팬들에 대한 비판이 자주 등장하지 않는다. 물론 광팬들의 도를 넘은 행동들이 사회적으로 이슈가 되는 시기에는 비판의 목소리도 빈번하고 강하게 등장하겠지만, 반한류 자료 검색들에서는 별로 발견되지 않는다. 이러한 점에서 볼 때 케이팝 열성팬을 ‘광팬’이라는 청소년 문제로 틀 짓고 이것을 반한류와 연관시키는 것은 주로 온라인 언론들이라고 할 수 있다.

2) 한류 콘텐츠의 질에 대한 반감: ‘싸구려’와 ‘진부함’

케이팝 청소년 팬에 대한 비판보다 사실상 한류에 대한 비호감의 정서는 케이팝과 아이돌, 그리고 드라마에 대한 평가와 직접적으로

맞물려 있다. 온라인 기사나 안티 한류 사이트들은 케이팝 아이들을 인스턴트 음식에 빗댄 ‘라면 아이돌’로 비하한다. 일례로, 한 온라인 잡지(Kenh14 2014/10/6)는 <왜 케이팝이 점점 ‘짜구려’ 같다는 비판을 받게 되는가>라는 제목 아래 케이팝 아이들의 실력 저하를 기사화하고 있다. 한편에서는 케이팝의 인기 이유를 거론하면서도, 동시에 케이팝의 질 저하는 소규모 기획사들이 수익을 위해 훈련되지 않은 아이돌 그룹을 데뷔시켜 실력 없는 인스턴트 아이돌이 쏟아져 나온 때문이라고 설명한다. 또한 섹시 이미지에 대한 지나친 의존과 최고급 아이돌의 콘셉트를 베껴 남에게 얹혀가려는 ‘짜구려 전략’ 때문이라고 다음과 같이 비판한다.

그들(케이팝 아이돌)은 의상이 짧으면 짧을수록, 많이 노출하면 할수록 더 섹시하다고 생각하고 있는 것 같고, 항상 가슴과 엉덩이를 내밀며 시청자들을 유혹하는 춤을 춘다. ... 한국 여자 아이돌들이 섹시 콘셉트로 열심히 활동했는데 돌아온 것은 “저속” 혹은 “짜구려”, “비호감”을 지적하는 말뿐이다. 그들 스스로 뭐가 잘못되어 가고 있는지를 고민해봐야 할 때이다.

이러한 케이팝 아이들에 대한 실력 논쟁은 인기 아이돌 그룹의 립싱크 문제나 래퍼의 실력문제, 케이팝 가수의 섹시안무 비하로 구체화되면서 온라인 담론 공간에서 부유한다. ‘한국음악이 싫다’라는 제목을 내 건 한 페이스북 반한류 사이트는 한국 M-net이 주관하는 아시아 음악경연(MAMA)을 다음과 같이 비하한다.

나는 안티 케이팝이 아니야. 그러나 내가 보기에 MAMA는 정말 ‘마을의 연못’(동네수준)이야. ‘MAMA=Mnet Asian Music Award’인데 언제부터 아시아가 케이팝 가수들끼리 노는 마당이 되었나? 일본 J-POP, 중국 C-POP, 베트남 V-POP 등 다 있는데 왜 아예 안 보이냐고?

케이팝이 아시아 ‘음악의 요람’이라니. 아시아 ‘음악의 요강’이겠지.

이처럼 케이팝에 대한 비호감과 부정적인 정서는 ‘싸구려’ 케이팝, ‘라면 아이들’, ‘아시아의 요강’ 등 조롱의 어휘들을 통해 적극적으로 표출되고 유통된다.

온라인에서의 한류의 저품질 담론은 케이팝 아이들 가수 뿐 아니라 드라마 장르에도 적용되는데, 이는 10년 전과 판이하게 다른 모습을 보여준다. 드라마 <대장금>으로 베트남에서 한류가 인기 절정이던 당시, 베트남 인터넷 신문 ‘전찌’(DANTRI 2005/5/19)는 <왜 한국 드라마가 항상 매력적인가>라는 기사를 게재했다. 당시 기사에서는 지루하지 않음, 사랑이라는 영원한 주제, 젊음과 아름다움과 최신 패션, 배우들의 수준 높은 연기력, 멋진 OST와 아름다운 배경, 그리고 깊은 인간적 의미 등이 한국 드라마의 매력으로 칭찬되고 있다. 그러나 10년이 지난 뒤인 2014년 1월 1일, 동일 언론 사이트에 등장한 기사는 <당신을 속인 한국드라마의 15가지>라는 제목 아래 한국드라마의 식상함을 비판하고 있다. 예를 들어, 한국 드라마에는 항상 재벌이 나오고, 잘 생긴 남자는 경제력이 있고 연하남이며 어떤 불치병을 가지고 있다는 것이다.

한류 콘텐츠에 대한 이러한 지적은 인터뷰 참여자들의 응답에서도 반복된다. 이들은 한국 드라마 내용이 유사하게 반복되어 지루하고 결말이 예상 가능해서, 일본, 미국, 호주, 태국, 인도 등 다른 국가의 드라마를 더 선호한다고 말하기도 한다(예, V-H, 여; V-N, 여; V-I, 여). 결과적으로 한국 드라마가 예전 같은 힘을 발휘하지 못한 상황에서, 한류 콘텐츠 중 “케이팝만 젊은이들에게 큰 영향을 끼치고 있는 것 같다”(V-J, 여)는 의견이 지배적이다. 이는 대중 일반에게 호의적으로 수용되고 평가되었던 한국 드라마에 대한 기대는 하락하고,

새로운 한류 주자로서 케이팝은 주로 청소년층을 중심으로 한 하위 문화로 인식되는 상황이 반한류 정서가 등장하는 배경임을 보여준다.

3) 반한류에 대한 인터뷰 참여자들의 인식과 태도

인터뷰 참여자들은 일단 반한류의 정서가 베트남에 널리 퍼져있다고 느끼는 사람들(V-F, 여; V-I, 여)과 실제로 대중들은 반한류 현상을 잘 모르며 단지 한류에 대한 선호도가 줄어든 것뿐이라고 생각하는 사람들(V-G, 여; V-H, 여; V-J, 여)로 양분되는 경향을 보인다. 그러나 이들은 모두 반한류적 정서에 대한 원인으로서는 ‘청소년 열성팬’의 문제와 ‘품질에 대한 실망’을 공통적으로 꼽는다.

한류에 대한 부정적인 정서나 행위에 대해서는 인도네시아 인터뷰 참여자들과 마찬가지로, ‘자연스러운 현상’이라고 입을 모은다. 큰 영향을 주는 것들은 모두 좋은 영향과 나쁜 영향이 동시에 나타날 수밖에 없으며(V-F, 여; V-H, 여), 모든 사람들이 다 한류를 다 좋아할 수는 없기 때문에 한류를 좋아하는 사람이 있으면, 반대하는 사람이 있는 것도 자연스러운 것이라고 설명한다(V-J, 여; V-G, 여). 또한 반한류 같은 현상은 비단 한국 문화에만 발생하는 것이 아니며, 서양 음악이나 중국 음악에 반대하는 사람도 마찬가지로 많이 있다는 것을 지적한다.

국가마다 서로 다른 문화를 갖고 있기 때문에 다른 국가의 문화가 완전히 (우리와) 맞을 수는 없지요 ... 처음에 걸만 보면 재미 있지만 깊이 알게 되면 당연히 자기에게 안 맞는 것도 발견되는 법이겠죠. (V-I, 여)

마지막으로 온라인 담론에서는 잘 드러나지 않았지만, 응답자들 중에는 비록 반한류가 자연스러운 현상이라고 해도 그러한 기류에

영향을 미치는 요인으로 베트남 여성의 결혼 이주와 관련된 ‘베트남 여성의 성 상품화와 가정폭력’(V-A, 남)을 언급하기도 했다. 다른 동남아 국가들과는 달리, 베트남 여성과 한국 남성은 결혼이라는 친밀한 사적 및 공적 관계를 형성하며 민간 차원에서 직접적인 교류가 이뤄지면서, 다양한 현실 수준의 문제들을 양산할 수 있다. 뿐만 아니라 ‘베트남전 과병’으로 인한 불행한 양국 관계 역시 다양한 현실 교류와 경험을 매개로 한류에 대한 부정적 감정으로 발화될 수 있다. 최근 2016년 3월 말, 아시아 여러 곳에서 높은 인기를 끈 드라마 <태양의 후예>가 베트남에서도 인기를 모았지만, 동시에 ‘(과거 베트남 민간인을 학살했던) 한국군을 홍보하는 드라마가 방영되는 것은 오욕’이라는 내용의 비판도 제기되었다. 베트남의 온라인 신문 기자가 페이스북에 해당 비판 글을 올리고, 사흘 만에 9만 건 가까이 공유되며 공감과 과장을 일으키고 있는 것에서도 드러나듯이⁸⁾ 문화적 교류는 언제든 역사적 정치적 관계에 민감하게 영향 받을 수 있다.

V. 연구결과의 논의

1. 인도네시아의 반한류 vs. 베트남의 반한류

동남아시아에서 가장 오랜 한류 역사를 지닌 베트남과 빠른 속도로 한류가 성장하여 주목받고 있는 인도네시아 두 국가에서 발견되는 반한류의 갈등지점과 양상을 살펴보았다. <표 4>는 이를 요약한 것이다.

8) “베트남서 ‘태양의 후예’ 방영 논란”(한겨레 2016/3/30). http://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/737580.html

<표 4> 인도네시아와 베트남의 반한류 담론의 분석결과 요약

	인도네시아	베트남
온라인 미디어 담론 + 안티팬 사이트 담론 + 서면 인터뷰 담론	<ul style="list-style-type: none"> • 종교적 및 문화적 가치 충돌 (성형, 외모주의, 성적 선정성, 금기음식, 거친 표현 문제) • 케이팝 청소년 ‘광팬’의 문제 • 인도네시아 음악과 케이팝을 대립 시킴 • 문화민족주의와 민족정체성 수호 • 외국 문화 간의 우수성과 취향의 서열화 	<ul style="list-style-type: none"> • 케이팝 우상에 사로잡힌 청소년 ‘광팬’의 사회문제화, 병리화, 세대 문제화 • 케이팝 아이돌 실력과 섹시 콘셉트를 ‘짜구려’로 비판 • 한국 드라마의 진부함을 비판 • 청소년 ‘광팬’과 케이팝 아이돌을 비판하는 미디어보도 • 한류 콘텐츠에 집중하는 소셜미디어의 반한류 담론
반한류에 대한 응답자들의 태도	<ul style="list-style-type: none"> • 반한류는 자연스러운 현상 따라서 해결이나 극복의 대상이 아님 • 반한류는 문화적 균형에 기여하기에 규범적 당위성을 지닐 수 있음 • 반한류는 한류의 성찰에 일조할 수 있음. 	<ul style="list-style-type: none"> • 반한류는 자연스러운 현상 • 한국과 베트남의 균형적 문화발전을 위한 교류와 교육의 확대 필요

큰 틀에서 보면, 인도네시아와 베트남에서 한류에 대한 비판은 한국 대중문화 콘텐츠와 그것을 열성적으로 소비하는 자국의 젊은 팬을 대상으로 한다는 공통점을 지니지만, 그 비판의 근거나 그것이 갖는 사회적 의미는 차이를 보인다. 먼저 인도네시아에서 한국 대중문화물에 나타난 일부 모습은 이슬람 종교의 문화적 가치와 도덕적 삶의 방식과 충돌하는 것으로 여겨진다. 이슬람 율법이 금하는 돼지고기와 술 문화뿐만 아니라, 케이팝 아이들이 흔히 행하는 성형수술, 성적 선정성과 외모지상주의, 예쁜 외모의 남자들이 연상시키는 탈남성화된 모습과 동성애적인 유희, 고성과 싸움 장면들은 이슬람이 다수인 인도네시아 사회에서 금기시하는 것들이다. 따라서 인도네시아 내에서 케이팝의 인기는 인도네시아의 주요 가치를 거부하는 것을 의미하게 되므로, 케이팝은 인도네시아의 문화적 정체성을 위협

하는 요소로 평가된다. 또한 케이팝의 댄스 중심의 음악 스타일을 모델로 삼은 아이팝의 부상은 케이팝의 부정적인 영향으로 인식된다. 이러한 평가 속에서 케이팝 팬들은 자신의 문화를 선택하지 않고 자신의 문화를 배반하는 어리석은 존재로 여겨지고, 종교적 도덕적 지도자나 교육자들에 의해 인도되어야 할 존재로 규정된다.

응답자들은 케이팝이나 한류에 대한 반감과 부정적인 태도는 그렇게 대중적이지 않으므로 심각하지 않은 자연스러운 현상으로 인식한다. 조금 더 인도네시아의 맥락을 고려해본다면, 케이팝에 가해지는 이슬람 종교에 토대를 둔 비판적 잣대를 인도네시아 전체 대중의 가치나 문화민족주의 정서로 등치시키는 것은 과장이거나 단순화된 해석일 수 있다. 전통 이슬람과 개혁주의 이슬람 계파들이 대중에 미치는 영향이 실제와 가시화 된 것이 다를 수 있는 것처럼(김형준 2013),⁹⁾ 엄격한 전통 이슬람을 따르는 사람들이 한류 콘텐츠와의 문화적 충돌을 지적하고 문화민족주의의 틀에서 한류를 평가하는 목소리가 온라인 담론에서 상대적으로 더 가시화 되는 것인지도 모른다. 결국 급속한 경제성장 아래 개인주의와 개혁정신이 확산되고 있는 인도네시아에서 한류에 대한 비판은, 전통 이슬람이 일반인에 간여하고 규율하는 모습과 무관하지 않을 수 있다는 추론을 해 볼 수 있다. 이는 반한류 현상이 갖는 효과를 해당 국가의 사회정치적 맥락에서 해석할 수 있는 여지를 열어 두고자 하는 시도이기도 하다.

한편, 베트남에서는 인도네시아에 비해 한류에 대한 반감이 문화 정체성이나 문화민족주의 정서로 발전하는 모습은 그리 두드러지지 않는다. 미디어에 의해 생산되는 반한류 담론은 케이팝 ‘광팬’을 주

9) 김형준(2013)은 2000년 이후 인도네시아에서 실제로 대중의 지지와 대중에 대한 영향력은 외관상의 인상과는 달리 개혁주의 이슬람이 전통 이슬람보다 클 것이라고 추정한다. 그는 실제와 가시화 된 것 간의 괴리는 종교 지도자의 권위에 대한 개혁주의 이슬람의 상이한 패러다임이 대중에게 덜 간접적인 스타일로 표현되기 때문이라고 설명한다.

요 대상으로 삼으면서 문화민족주의 문제라기보다 부모와 사회의 치료와 교육으로 관리 감독되어야 할 청소년의 병리적 문제로 취급되고 있다. 부모와 사회질서를 무시하는, 사회화에 실패한 청소년의 문제는 마치 외부 오염에 노출된 베트남의 사회 문제처럼 인식되는 것이다. 이러한 점은 케이팝의 열성팬보다 케이팝 아이돌 비판에 더 치중하는 안티 케이팝 사이트 담론 생산자들과 차이를 보인다. 소셜 미디어에서 안티 케이팝 담론은 한류 아이돌의 비판을 통해서 자신들의 정체성을 차별화하는 효과를 볼 수 있다. 케이팝이 외래문화인 까닭에 당연히 청년들의 문화적 정체성은 민족주의적 정체성 담론으로 언제든지 유동적으로 연결될 수 있다.

베트남의 반한류가 인도네시아에서 반한류 현상과 구별되는 지점으로는 케이팝이 보여주는 성적 선정성이나 성형 등의 문제 뿐 아니라, 그것이 한국 드라마의 진부함에 대한 비판과 연결되어있다는 점을 들 수 있다. 이한우 외(2013)의 연구에서도 드러나듯, 베트남인들은 다른 국가의 수용자들 보다 매우 분명한 목소리로 한류 드라마의 판에 박힌 전형성과 감정 과잉, 그리고 비현실성을 비판한다. 이러한 비판 내용은 반한류 지지자들 뿐 아니라 한류를 좋아하는 사람도 동의할 수 있는, 나아가 한국 사람들도 인정할 만큼 잘 알려진 한국 드라마의 단점이기도 하다. 그런 점에서 베트남 수용자들의 한류 콘텐츠에 대한 비판은 연구자의 눈에는 마치 소비자의 권리를 명확히 깨닫고 있는 사람들의 항변으로 비치기도 한다. 안티 케이팝 지지자들이 립싱크 없는 라이브, 얼굴만이 아닌 실력있는 래퍼를 요구하는 모습이 그러한 해석을 강화시켜준다. 따라서 베트남의 이러한 반한류 담론의 내용과 태도를 통해 볼 때 대중문화를 자원으로 삼아 이뤄지는 정체성 구성뿐만 아니라, 반한류를 베트남 사회에서 작동하는 실력주의나 능력주의(meritocracy), 소비자의 권리, 새로운 오락의 중요성을 진지하게 추구하는 가치와 연관시켜서 더욱 베트남 사회문

화의 맥락 내에서 탐구해 볼 필요가 있다 하겠다.

동남아 인터뷰 참여자들은 한류에 대한 호불호의 태도를 모두 존중하면서, 반한류를 비단 외래문화만이 아니라 일련의 문화가 인기를 끌 때 발생하는 자연스러운 문화 현상으로 여겼다. 반한류 현상을 문화적 균형이거나 커다란 문화적 교류와 소통 과정에서 존재하는 피드백으로 간주하는 태도는 동남아시아에서 확인되는 문화적 개방성과 관용의 문화와 무관하지 않은 듯하다.

2. 동북아시아(일본과 중국) 반한류 vs. 동남아시아(인도네시아와 베트남) 반한류

본 연구는 반한류 현상에 대한 연구가 일본과 중국에 치우쳐 있으며 동남아시아에서는 거의 이뤄지지 않고 있어서 반한류 현상에 대한 이해가 협소하게 이뤄질 수 있다는 문제의식에서 시작되었다. 따라서 여기서는 동북아시아, 즉 일본과 중국의 반한류 현상에 관한 선행 연구 결과들과 본 연구에서 발견된 동남아시아, 구체적으로는 인도네시아와 베트남의 반한류 현상의 결과를 비교 정리해보고자 한다. 그럼으로써 지역적 맥락에 따라 유사성과 차이를 변주하는 초국적 문화현상으로서 반한류의 본질에 대한 균형적인 이해에 도달할 수 있으리라 보기 때문이다.

일본과 중국에서의 반한류 관련 선행연구(김은준 외 2016)에 따르면, 일본은 한국과의 역사적, 정치적 관계나 사건들이 반한류 현상으로 점화되는 항상적인 조건이나 계기로 작용한다. 즉 반한류 현상이 한류 콘텐츠에 대한 직접적인 불만이나 반감에서 비롯되는 것이 아니라는 특성을 보이는데, 이는 일본에서 반한류의 주체 역시 일부 ‘반한(反韓)’ 극우집단이라는 점에서도 확인된다. 그에 비해 중국에서의 반한류는 한국을 싫어하는 반한 집단들이 한류 콘텐츠에 대한

비판을 하는 경우 뿐 아니라, 한류 콘텐츠를 통해 불거진 문화적 원조 논쟁에 따른 문화 갈등의 양상이 함께 존재한다. 또한 반한류 정서를 추동하는 이데올로기는 일본의 경우 배외주의와 인종차별주의가, 중국의 경우는 중화주의라는 문화우월주의와 경쟁적 민족주의가 주도적이라는 차이를 보인다. 결과적으로 일본과 중국에서 반한류 현상은 문화적 표층에서 일어나지만 실상 심층의 정치적 문제이며, 외교적 차원까지 동반하는 특성을 지닌다. 이러한 점에서 일본과 중국의 반한류 현상은 한국과의 특수한 역사적 국가 관계라는 맥락에서 파악되어야 하는 문화현상임을 보여준다.¹⁰⁾

동남아시아에서는 한국의 베트남전 참전으로 인해 한국과 베트남 간의 불행한 역사적 관계와 기억을 갖고 있지만, 역사, 정치적 관계나 상호영향력 및 대중차원에서 상호이해라던지 베트남 및 인도네시아와 한국과의 교류 등은 중국이나 일본과 비교해 볼 때 상대적으로 적으며 이는 반한류 현상에서도 차이를 드러낸다. 즉, 동남아시아에서 한류에 반감을 지닌 주체나 요인은 주로 한류 콘텐츠의 내용과 자국 내 소비자를 둘러싸고 발생되며, 한국과의 역사적 또는 정치적 관계와 직접적으로 관련되지 않는다. 따라서 동남아시아에서 반한류 현상은 정치적 차원의 갈등이 문화에서 치환된 것이 아니라 그 자체로 사회적이고 문화적 차원의 문제이며, 민족 또는 국가 간 차원의 문제가 아니라 사회 내부의 문제임을 알 수 있다.

동남아시아에서 반한류는 케이팝의 열성팬이 된 청소년 자녀의 행동이 사회 규범에 어긋난 것으로 인식되는 일종의 세대적 문제로 접근되고 있으며, 그것은 비록 한류와 직접적으로 연관되었을지라도 콘텐츠 수출국에 대해 불만이나 문제제기를 할 수 없는 내부적 문제

10) 이는 <반한류 시위에 대한 공감도> 조사에서 14개 조사대상국 중 유독 일본과 중국 두 국가만이 반한류 공감 원인으로 ‘한국 국민성이 나쁘다’를 3위로 꼽고 있다(한국문화산업교류재단 2016b)는 점에서도 확인된다.

로 이해된다. 이는 동남아시아에서 반한류 현상이, 소비적인 외래의 대중문화가 유입될 때 쉽게 발생될 수 있는 문화적 갈등의 매우 일반적인 현상에 속한다는 것을 보여준다.¹¹⁾

VI. 맺음말

본 연구는 반한류에 대한 연구를 동남아시아까지 넓혀봄으로써 초국가적 문화현상인 반한류에 대한 이해를 심화, 확장시키는 것을 궁극적인 목적으로 하였다. 구체적으로는 동남아시아 국가 중 인도네시아와 베트남에서 반한류 담론이 어떤 내용으로 구성되고, 어떻게 발화되는지, 그리고 자국 수용자들은 어떻게 반한류를 인식하고 반응하는지를 고찰하는 것을 목표로 했다. 특히 동남아시아를 연구 대상으로 택함으로써 동남아시아 사회와 사람들, 그리고 그들의 생각을 확인하고 알림으로써 문화적 상호이해에 일조하고자 했다.

인도네시아와 베트남에서의 반한류 현상이 동남아시아의 반한류를 대표할 수 있다는 근거는 어디에도 없으며, 따라서 손쉽게 동남아시아의 반한류 특성으로 일반화할 수 없다는 점은 분명하다. 본 연구 역시 동남아시아가 단일하지 않다는 전제에서 출발하였다. 하지만 동남아시아가 어디엔가 추상적으로 별도로 존재하는 공간이 아닌 한, 그리고 공통점이라는 것 역시 비교 단위가 무엇인가에 따라서 달라지는 만큼, 동북아시아와 비교한다면 인도네시아와 베트남의 반한류 연구는 동남아 지역의 반한류 연구를 현 시점에서 유의미하게 대변할 수 있을 것으로 본다. 반한류를 문화의 교류에서 나타나는 자연스러운 수용 현상의 일부로 인식하는 것은 현재 담보상태에 머

11) 청소년 한류 열성팬의 문제는 일본에서는 찾아보기 어렵다. 그러나 중국에서는 청소년의 일탈 문제로서 제기되는 것을 찾아볼 수 있다.

무르고 있는 한류가 새로운 발전의 방향을 모색하는데 중요한 계기로 작용할 수 있을 것이다. 또한 이는 한국이 수용국가의 종교나 문화적 맥락을 고려하지 않은 채 대중적 인기에만 영합해 제작한 한류 콘텐츠를 일방적으로 전파해왔던 그간의 태도를 다시금 진지하게 성찰해야 함을 의미하기도 한다.

한류와 반한류는 모두 국경을 초월해 벌어지는 대중문화의 초국가적 소비와 관련된 현상이지만, 문화가 한 국가의 정체성을 구성한다는 점에서 그것은 항상 국가와 민족을 둘러싼 문화정체성의 문제를 잠재적으로 지니고 있다. 또한 문화가 상품으로 유통되는 한 한국 대중문화물의 소비와 비판은 국가 경제의 경쟁 프레임에서 자유롭지 않다. 본 연구에서는 남성 참여자를 충분히 섭외하기 어려웠고 또한 온라인 담론에서는 성별을 정확히 파악할 수 없어서 반한류 현상에서 젠더적 측면을 고려해 볼 수 없었다. 이에 앞으로 초국가적 문화차원에서 젠더 차원의 권력관계가 어떻게 개별 국가의 경계를 가로지르며 발생하는지에 대한 후속 연구들이 더욱 필요할 것으로 보인다. 이런 점들을 폭넓게 고려하여 향후 동남아 지역의 한류와 반한류에 대한 보다 풍부한 후속 연구들이 진행되기를 바란다.

본 연구의 가장 큰 한계는 제한된 지면과 연구자의 부족한 지식으로 인도네시아와 베트남의 한류를 좀 더 그 사회의 내부적 맥락 위에서 해석해 내지 못했다는 점이다. 또한 두 지역 전공자가 아닌 탓에 다른 외국 문화들에 대한 수용태도와 역사적 경험을 반/한류의 수용과 비교해서 파악해 낼 수 없었다는 점도 이 논문의 한계라 하겠다. 그럼에도 불구하고 이 연구가 그간 일본과 중국을 중심으로 이뤄져 온 반한류 현상을 동남아시아라는 보다 새롭고 넓은 지역적 차원으로 확대해 바라보는 기회를 제공했다는 점과, 이를 통해 반한류 현상이 국가 간 관계성에 매우 큰 영향을 받으며 서로 다른 문화를 가진 국가 사이의 문화접변을 통해 다양한 양태로 나타날 수 있다는 점을

확인한 것은 본 연구가 거둔 적지 않은 성과라 본다. 본 연구가 동남아시아의 반한류 현상을 통해 서로의 전통, 종교, 문화를 존중하는 가운데 국가 간 보다 균형있는 문화 교류와 수용에 대한 인식의 필요성을 다시금 새롭게 하는 계기를 제공하기 바라며, 지속적인 후속 연구들을 통해 한류와 반한류에 관한 다양한 사례와 인식의 계기들이 채워져 나가기를 기대한다.

〈참고문헌〉

- 강진숙·강연곤·김민철. 2012. “인터넷 팬덤 문화의 생산과 공유에 대한 연구: 외국영상물 ‘팬 자막’ 제작자들과의 심층인터뷰를 중심으로.” 『한국방송학보』 26(1): 7-42.
- 김수정. 2012a. “동남아에서 한류의 특성과 문화취향의 초국가적 흐름.” 『방송과 커뮤니케이션』 13(1): 5-54.
- _____. 2012b. “문화 탈중심 사건으로서 한류.” 『신문과 방송(특집 - 한류, 어떻게 바라 볼 것인가)』 2012년 6월호: 6-11.
- _____. 2014. “초국가적 스타 형성에서의 기호전략과 의미작용: 일본에서 장근석 수용을 중심으로.” 『한국방송학보』 28(4): 74-116.
- 김수정·김수아. 2013. “아이돌 리얼리티 쇼를 통한 아이돌 그룹의 정체성 표상 방식.” 『한국방송학보』 27(2): 76-115.
- 김수정·김수아. 2015. “‘집단적 도덕주의’ 에토스: 혼종적 케이팝의 한국적 문화정체성.” 『언론과 사회』 23(3): 5-52.
- 김수정·김은준. 2015. 『해외 언론인의 한류에 대한 인식 및 협한 보도 연구』. 서울: 한국언론진흥재단.
- 김수정·양은경. 2006. “아시아 대중문화물의 수용과 혼종성의 이

- 해.” 『한국언론학보』 50(1): 115-136.
- 김수철·강정수. 2013. “케이팝에서의 트랜스미디어 전략에 대한 고찰: <강남스타일> 사례를 중심으로.” 『언론정보연구』 50(1): 84-120.
- 김예란. 2012. “리액션 비디오의 주목경제: K-Pop의 지구적 생산과 소비를 중심으로.” 『방송문화연구』 24(2): 161-192.
- 김은준·김수정. 2016. “일본과 중국 언론인들의 반한류 인식.” 『한국콘텐츠학회논문지』 16(6): 802-813.
- 김현미. 2003a “일본 대중문화의 소비와 ‘팬덤’의 형성.” 『한국문화인류학』 36(1): 149~186.
- _____. 2003b “대만 속의 한국문화: 문화 ‘번역’과 ‘혼성화’의 문제를 중심으로.” 조한혜정 편, 『‘한류’와 아시아의 대중문화』. 서울: 연세대학교 출판부.
- 김형준. 2013. “이슬람 부흥의 전개와 영향: 인도네시아의 사례.” 『동남아시아연구』 23(3): 182-215.
- 류용재. 2008. “한국 문화연구의 정치경제학적 패러다임에 대한 모색: 한류의 혼종성 논의를 중심으로.” 『언론과 사회』 16(4): 2-27.
- 백원담. 2004. “이병헌 팬사이트를 통해서 본 동아시아대중문화 소통 현상 연구.” 『중국현대문학』 30: 123-170.
- 박수옥. 2009. “일본의 혐한류와 미디어내셔널리즘: 2ch와 일본 4대 일간지를 중심으로.” 『한국언론정보학보』 47: 120-147.
- 손승혜. 2009. “학술 논문의 메타 분석을 통해 본 한류 10년: 연구 경향과 그 정책적 함의에 대한 탐색적 연구.” 『언론과 사회』 17(4): 122-153.
- 송정은·장원호. 2013. “인도네시아 내 한류의 의미 분석과 향후 발전방안 모색.” 『예술경영연구』 26: 107-135.

- 신윤환 외. 2006. 『동아시아의 한류』. 서울: 전예원.
- 신현준. 2013. 『가요, 케이팝, 그리고 그 너머』. 서울: 돌베개.
- 양은경. 2006. “동아시아 문화정체성의 형성과 텔레비전의 소비: 배용준의 일본 팬 커뮤니티 가족 담론을 중심으로.” 『한국방송학보』 20(3): 198-238.
- 유보전. 2014. “한류의 경쟁력과 한계 분석: 중국내 한류의 전파를 중심으로.” 『한중인문학연구』 43: 319-343.
- 유세경 · 이경숙. 2001. “동북아시아 3국의 텔레비전 드라마에 나타난 문화적 근접성.” 『한국언론학보』 45(3): 230-267.
- 윤경우. 2009. “중국의 한류수용 양상-선택적수용, 저항 그리고 변용 및 주변화.” 『중소연구』 120: 99-132.
- 이기형. 2005. “탈지역적으로 수용되는 대중문화의 부상과 한류현상을 둘러싼 문화정치.” 『언론과 사회』 13(2): 189-213.
- 이동연. 2006. 『아시아 문화연구를 상상하기』. 서울: 그린비.
- 이동연. 2011. “케이팝(K-pop): 신자유주의 시대 초국적 국민문화의 아이콘.” 『내일을 여는 역사』 45: 234-252.
- 이동후. 2004. “한일 합작드라마의 ‘초국적 상상력: 그 가능성과 한계.’” 『한국방송학보』 18(4): 358-397.
- 이윤경. 2009. 『반한류 현황 분석 및 대응방안 연구』. 서울: 한국문화관광연구원.
- 이한우 · 레 티 화이 프영. 2013. 『베트남 한류를 보는 한국과 베트남의 시각』. 서울: 이매진.
- 임학순 · 채경진. 2014. “우리나라 한류연구의 경향 분석.” 『한류비즈니스연구』 1(1): 31-47.
- 정수영. 2010. “‘만화 혐한류(マンガ嫌韓流)’의 이야기 분석을 통해 본 일본 내 혐한류에 관한 연구.” 『한국출판학연구』 58: 187-215.

- 조금주·장원호. 2013. “말레이시아 청소년과 성인들의 한류 의식 비교.” 『한국콘텐츠학회논문지』 13(9): 92-101.
- 조한혜정. 2002. “동/서양 정체성의 해체와 재구성: 글로벌 지각 변동의 징후로 읽는 한류열풍.” 『한국문화인류학』 35-1: 3-40.
- 주정민. 2013. “한류 콘텐츠에 대한 ‘반한류’ 현상의 원인과 대응: 중국, 일본을 중심으로.” 『디아스포라연구』 7(2): 137-160.
- 치아오춘옌. 2011. “중국의 한류에 대한 태도 및 전망에 관한 이론적 연구: 드라마 중심으로.” 한양대학교 박사학위논문.
- 하중원·양은경. 2002. “동아시아 텔레비전의 지역화와 한류.” 『방송연구』 55: 67-103.
- 한국문화산업교류재단. 2016a. 『2015 한류의 경제적 효과에 관한 연구』.
- 한국문화산업교류재단. 2016b. 『2015 해외한류실태조사보고서』.
- 한국문화산업교류재단. 2016c. 『2015 대한민국 한류백서』.
- 한국콘텐츠진흥원. 2011. “2010년 방송콘텐츠 수출입 현황과 전망.” 『KOCCA포커스』 2011-05호.
- 한영균. 2013. “일본 내 ‘혐한류’ 현상의 실체.” 『일본문화연구』 48: 433-456.
- 한은경·장우성·이지훈. 2007. “반한류 구성요인에 대한 탐색적 연구: 중국 대학생을 중심으로.” 『호텔경영학연구』 16(2): 217-235.
- 히라타 유키에. 2005. 『한국을 소비하는 일본: 한류, 여성, 드라마』 서울: 책세상.
- 원차오샤(溫朝霞). 2012. “論文化傳播中的抗韓流現象.” 『廣州城市職業學院學報』 6(3): 17-21.

Duffett. M. 2014. *Understanding Fandom: An Introduction to the*

- Study of Media Fan Culture*. New York: Bloomsbury. (김수정 외 공역. 2016 『팬덤 이해하기』 서울: 한울)
- Hayashi K. 2005. "Assessing the Popularity of 'Winter Sonata': How do Women's Emotions Affect the Public Sphere in Japan?" *Cultural Industry and Cultural Capital Seminar in Seoul* (28 Feb. 2005): 40-58.
- Hills, M. 2002. *Fan Cultures*. London: Routledge.
- Kim, S. 2009. "Interpreting Transnational Cultural Practices: Social Discourses on a Korean Drama in East Asian Countries." *Cultural Studies* 23(5/6): 736-755.
- Shim, D. 2006. "Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia." *Media, Culture & Society* 28(1): 25-44.
- Shin, H. 2009. "Have You Ever Seen the Rain? And Who'll Stop the Rain?: The Globalizing Project of Korean Pop (K-pop)." *Inter-Asia Cultural Studies* 10(4): 507-523.

(2016.07.31. 투고, 2016.08.08. 심사, 2016.08.12. 게재확정)

<국문초록>

동남아시아 반한류에 나타난 문화적 갈등과 특성: 인도네시아와 베트남을 중심으로*

김수정·김은준

동남아시아 국가 중 한류의 강력한 수용국가라 할 수 있는 인도네시아와 베트남은 한류시장의 높은 성장률을 보이면서 동시에 반한류적 담론 역시 빈번하게 발생하는 추세를 보인다. 두 나라의 온라인 담론 분석과 일반인 수용자 인터뷰를 통해 반한류에 나타난 문화적 갈등과 특성을 분석한 결과, 두 나라는 온라인에서 반한류 담론이 활발하게 형성되고 유포된다는 점, 그리고 반한류 현상을 자연스러운 문화적 현상의 하나로 인식한다는 점에서 공통점을 보이면서 다음과 같은 차이를 드러내고 있다. 인도네시아는 한류 콘텐츠가 자국 종교와 문화적, 도덕적 가치 측면에서 충돌을 일으킨다는 점에서 비판하면서 한류 콘텐츠가 사회의 도덕을 훼손하는 요인으로 인식되며 반한류 담론이 형성된다. 따라서 반한류의 정서들은 문화정체성을 수호하고자 하는 문화민족주의로 연결된다. 반면 베트남의 반한류 정서는 문화정체성이나 문화민족주의 정서로 발전하는 모습은 두드러지지 않는다. 대신 케이팝 열성팬으로 인한 사회문제와 세대 갈등이 반한류의 주된 요인으로 지적되며, 케이팝 열성팬을 병리적 현상으로 접근하면서 치료와 교육이 필요한 문제로 인식한다. 또한

케이팝의 성적 선정성 뿐 아니라, 케이팝 아이돌의 실력 없음을 인스턴트 음식에 빗대 ‘라면 아이돌’이라고 부르면서 한류 비판의 근거로 삼기도 한다. 케이팝 뿐 아니라 한국 드라마는 진부한 전형성과 반복되는 내용의 유사성, 감정 과잉과 비현실성이 문제로 지적되며 이는 한류에 대한 반감의 근거로서 제시된다. 두 나라의 인터뷰 참여자들은 공통적으로 이러한 반한류 현상을 해결되어야 할 문제라기 보다는 자연스러운 문화적 현실로 수용하고 있었다.

주제어: 반한류, 반한류 담론, 동남아시아, 인도네시아, 베트남, 케이팝, 한류

<Abstract>

Cultural Conflicts and Characteristics of
Anti-Korean Wave in Southeast Asia:
Case Studies of Indonesia and Vietnam

KIM Su Jeong
(Chungnam National University)

KIM Eun June
(Daejeon Health Institute of Technology)

This paper aims to investigate the cultural conflicts and characteristics of anti-Korean Wave discourse taken placed among Southeast Asian countries. To do this, it takes Vietnam and Indonesia as the study cases, which have been showing a trend of anti-Korean Wave discourse as well as high popularity of Hallyu. As research methods, the paper analyzes both on-line discourses of anti-Korean Wave and the email audience interviews from both countries. The results show some significant differences between the two countries as well as the similarity that Anti-Korean Wave discourses have been actively produced and disseminated through on-line media. As for Indonesia, the Anti-Korean Wave discourse pivots on the elements clashing between Indonesia's religion and cultural values and Korean consuming culture. According to the Anti-Korean Wave discourse,

K-pop contents and entertainers are criticized for damaging the society's morals and cultural identities based on Islamic rules and values. Thus, the sentiment of the Anti-Korean Wave is likely to lead to the cultural nationalism for the sake of their cultural identity. As for Vietnam, anti-Korean Wave discourse mainly consists of issues on enthusiastic K-pop fans' anti-social behaviors and generational conflicts which are presumed attributed as the chief factor of the Anti-Korean Wave. In the Vietnamese discourse, social elites and adults treat the enthusiastic K-pop fans as those who are in need of educational care or psychological therapy. Unlike the Indonesian case, anti-Korean Wave discourse in Vietnam criticized the K-pop and the performer's competence for being cheap sexy and incompetence. They also denounce Korean dramas for their trite, typical story lines, use of excessive emotion, and unrealistic nature. However, the two country's interview participants have in common both acknowledged that rather than considering the Anti-Korean Wave as an issue that needs to be resolved it should be embraced as a natural cultural phenomenon.

Key Words: Anti-Korean Wave, Anti-Korean Wave discourse, Southeast Asia, Indonesia, Vietnam, K-pop, Hallyu