

〈탈지역적으로 수용되는 대중문화의 봄과 '한류현상'을 둘러싼 문화정치〉

이기형(경희대학교 언론정보학부)

Under neoliberalism] culture is good for export. Meaghan Morris

The image, the imagined, the imaginary - these are all terms that direct us to something critical and new in global cultural processes : the imagination as a social practice. Arjun Appadurai

저쪽에 [일본에] 있는 동호회 회원들이 최근 드라마의 에피소드를 온라인으로 바로 보내주면, 여기서 그걸 번역을 하고, 동호회 게시판에 금방 올려요... 뭐 돈이 생기는 건 아니지만 사람들이 고맙다고 하면 기분 이 좋죠. 일본 드라마 동호회 회원과의 인터뷰에서

보아 같은 '일식한류'는 무엇을 의미하는가. 일본의 문화적 패권주의는 아닐까? 백원담

한류는 '일본문화도, 한국문화도 아니고 한.일 공동문화도 아닌 성립과 기원부터 잡종적 문화'이다. 신현준

'한류 열풍'이야말로 말로 노무현 정부의 정책을 비롯하여 최근 한국 사회에서 유행하고 있는 '아시아 담론'(아시아적 가치, 아시아 공동체, 아시아 문화도시...)의 허구성을 가장 잘 보여주는 사례라는 사실이다. 아시아적 가치를 말하되 정작 아시아의 정체성을 알려하지 않고, 아시아의 문제에 주목하되 아시아내 민주주의를 배제하고, 아시아 공동체를 주장하되 배타적인 경쟁과 자국의 이권 외에는 무관심하며, 아시아 문화교류를 말하되 자국 내에서는 철저한 국가주의와 민족주의를 결코 포기하지 않는, 아시아에 대한 모든 접근이 서구 근대화와 자본주의의 원칙에 기원한 기형적이고 왜곡된 '아시아 유행'만이 한국 사회, 아니 아시아를 비롯한 전세계를 떠돌고 있는 셈이다. 이원재

I. 들어가기

이 글의 목적은 최근에 들어, 이른바 아시아 지역에서의 한국의 대중문화 상품의 놀라운 약진과 인지도, 그리고 인기를 반영하는 문화현상과 체험, 그리고 담론으로서의 '한류'를 둘러싼 논의에 대한 하나의 비판적인 논점을 제공하고, 한류현상을 맥락화시키는데 기여할 수 있는 방법론적인 제언을 제기하는데 있다.

어쩌면, 월드컵과 촛불시위를 매개로 부상한 광장문화와 한류현상은 수많은 이들에게 정서적으로 강력한 문화적 동인이자 문화민족주의를 상징하는 이 시대의 대표적 기표로 자리매김 되고, 조명받고 있다. 주위를 둘러보면 한류를 둘러싼 그간의 과잉으로 제기되던 논의들이 조금은 수그러진 듯하지만, 아직 한류현상과 연관된 뉴스들을 미디어와 일상의 공간을 통해서 심심찮게 접할 수 있다. 주류언론과 연예신문은 '요사마열풍'을 중심으로 아시아를 누비는 한국의 한류스타들의 동정과 일본과 중국 그리고 동남아를 중심으로 일어나고 있는 한국 대중문화의 팬현상과 열기를 활발히 보도하는 한편, 미래지향의 고부가가치 문화·컨텐츠산업으로서 한류의 열기를 지속시킬 수 있는 방안과 전망을 담은 보도들 그리고 최근동향과 관련된 단신들도 지속적으로 내보내고 있다.¹⁾ 정보와 문화산업은 한류의 상업성과 한류로 인한 국가이미지와 문화외상의 제고라는 '문화외교'의 측면에서 한류관련 담론과 동시에 '소프트파워'로서 한류의 발전전략을 재생해내고 있으며, 한류특수를 틈타 외국관광객들을 유치하는 '한류체

1) '한류, 발개벗은 임금님이 되려나' 디지털말 2005년 1월 31일자 기사 참조.

협관'과 할리우드를 벤치마킹한 종합엔터테인먼트 단지인 '한류우드'를 세우겠다는 장미빛 발상으로 계획단계에 있다.²⁾ 신문방송학을 포함한 학문분야 역시 비교적 활발하게 한류현상을 조명하는 학회와 워크숍이 열리고 있으며, 최근에 한 대학에서는 이제 한류전문가를 양성하고자 하는 석사 수준의 프로그램이 만들어지기도 했다. 한편 한류현상을 일종의 '신기루' 내지는 우발적인 사건으로, 과잉재현되고 거품이 낀 담론으로 간주하며 개입을 꺼리거나 조심스럽게 관망하던 일군의 미디어와 문화연구자들 역시 한류현상을 분석하는 작업에 뛰어들고 있다.

이 비교적 길지 않은 발제문은 한류현상을 둘러싼 문화정치학적인 의미들을 심도있게 분석하거나, 한류현상을 기술하는 대표적인 문화담론들을 세밀하게 분석하고자 하는 의도를 담고 있지는 않다.³⁾ 그 보다는 연구자가 보기 에 한류현상을 파악하는데 그간의 접근방식에서 주도적으로 조명받지 못했던 탈국가적으로 유통되는 아시아 내의 대중문화들, 특히 일본대중문화와 한류의 정체성과 '혼성성'(hybridity)을 화두로 이야기를 끌어나가고자 한다.

II. 탈지역적 문화의 흐름과 동아시아에서의 일본식 대중문화의 확산 : 한류의 '원조'(forerunner)로서 일본의 대중문화의 '월경' 돌아보기 그리고 '혼성성'의 문제 - 고이치 이와부치의 작업을 중심으로

아시아 전역을 통해서 열광적으로 수용되고 있는 일본의 대중문화, 그리고 최근 수년간 이 지역을 강타하고 있는 한국산 대중문화의 - 소위 '한류'(the Korean Wave) 열풍 - 부상은 현재 진행 중인 문화들 사이의 지역간 교류(interregional cultural traffic)와 불균등하게 탈지역적으로 이루어지는 문화생산, 그리고 문화를 매개로한 경제(cultural economy)가 작동하는 방식을 분석하고 정리할 수 있는 흥미로운 기회를 제공한다. 문화연구자이며 한류현상에 대해서 비교적 초기에 개입을 시도했던 조한혜정(2003: v)이 '한류와 아시아의 대중문화'라는 연구서의 서문에서 지적했듯이

한류에 대한 연구는 아시아 지역 안에서 이루어지는 대중문화의 흐름을 분석할 수 있는 역사적인 계기로 인식되었고, 이를 통해 문화산업의 거대 자본화와 서구 중심성에 대한 대안적 해석의 가능성을 보여 주었다... 아시아의 젊은층에서 소비되는 대중문화는 자국문화와 서구문화, 또는 다른 아시아 지역의 문화가 혼성의 형태로 각 지역의 근대화 과정 속에서 뒤섞이고 엮거리면서 새로운 현대성을 창출해 가는 과정에서 생산된 것이다.

위의 인용문에 드러나듯이, 경제학적인 측면이나 국가정체성 혹은 국가 이미지의 고양이나 과도한 민족주의적인 시각에 의존하지 않고 좀 더 맥락화 된 시각을 적용시킬 때, 한류현상을 보는 문화연구적인 입장은 신자유주의 주도의 세계화의 자장 속에서, 아시아 내의 문화적 근대성의 추구, 지역 내의 수용자들의 문화적인 상상과 수용과정 그리고 문화산업간의 상호작용을 접합시켜 탐색을 시도한다는 특징을 지닌다.⁴⁾ 물론 개개의 문화연구적인 작업은 수용자들의 대중문화 텍스트에 대한 담론분석이나 인터뷰, 현지조사의 방식을 주로 채택하지만, 이들이 앞에 거론한 다양한 층위에서 발현되고 접합되고 있는 요인들을 적극적으로 고려한다는 점에서 나름의 균형성을 보여주려는 의도를 감지할 수 있다. 이 단락에서는 한류현상이 부상하기 이전에 혹은 현재까지도 강한 영향력을 발휘하고 있는 일본 대중문화의 탈지역적인 수용과 유통을 자리매김하는 일군의 문화연구 작업이 우리의 한류분석에 어떻게 유용하게 활용될 수 있는지 그 함의를 먼저 찾아보고자 한다.

이런 의도에서 영미의 문화연구가 그동안 축적한 다양한 해석의 틀과 경험적인 조사를 선택적으로 활용해서 동아시아 지역을 중심으로 복합적으로 벌어지고 있는 다양한 문화상품과 이미지들의 생산과 수용, 이동과 지역화의 과정에 대한 일종의 지도그리기의 작업을(a mapping out strategy) 지속적으로 수행해 온 고이치 이와부치교수의 작업을 소개하고자 한다. 고이치 이와부치 교수의 <아시아를 잇는 대중문화: 일본, 그 초국가적 욕망>은 동북아

2) '소프트 파워 소프트 코리아! 문화의 힘에서 미래를 찾는다' 중앙일보 2005년 1월 3일자 특집기획기사 참조; '한류 열풍의 명암을 조망하다' : 조선일보 2005년 1월 10일자 기사, '한류 열풍의 명암을 조망하다' : 조선일보 2005년 1월 10일자 기사, '한류 열풍의 명암을 조망하다' : 조선일보 2005년 1월 10일자 기사

3) 조한혜정, <아시아를 잇는 대중문화: 일본, 그 초국가적 욕망> (2003), 111

4) 조한혜정, <아시아를 잇는 대중문화: 일본, 그 초국가적 욕망> (2003), 111

있나.

임오록, '사회과학연구' 14(2003, 12월).

3) 조한혜정, <아시아를 잇는 대중문화: 일본, 그 초국가적 욕망> (2003), 111

은 한류열풍을 보는 다양한 해외주체들에 대한 철저한 담론분석을 수행하고

4) 손병우와 양인경, '한국 대중문화의 현지화와 글로벌화 방안 - 한류현상을 중

서가와 서구에서 현재 유통되고 수용되고 있는 일본의 대중문화 상품들과 이들 상품들이 견인하는 다양한 문화·사회현상들이 지니는 문화정치학적인 함의를 다양한 각도에서 진단하고 있다는 점에서 한류연구자들에게 중요한 참고점을 제공하는 대표적인 텍스트라고 할 수 있다. 그의 작업은 탈국가적 그리고 탈지역적으로 전개되고 있는 대중문화현상에 관해서 경제적 혹은 문화적인 요인을 일방적으로 떼어내어 강조하기 보다는, 이들 사이의 접합과 상호작용을 분석의 프레임안에 위치시켜 접근한다.⁵⁾ 동시에 그의 분석은 지구화 시대 탈지역적인 문화생산과 수용의 동학에 관심을 가진 동아시아 지역의 학자들에게 함게 생각하고 논의할 수 있는 많은 논점들을 제기하고 있다고 평가한다. 토론자는 한국의 문화연구자이며 동시에 다국적 대중문화의 수용자로서 많은 공감을 할 수 있는 이와부치의 작업을 먼저 정리한 후에, 그가 던진 논점과 화두들에 대한 코멘트를 제기하고자 한다.

지면상 여기서 이와부치 교수의 작업을 심도있게 소개하기는 어렵지만, 발제자가 판단했을 때 그는 위의 책에서 이른바 '일류현상'을 보는 다음의 세 가지 주요한 논점을 제기하고 있다: 첫째, 그는 일본이 그간에 주도한 동아시아 영역에서의 탈국가적인 대중문화의 생산과 소비의 과정을 분석하는데 있어서, 구조적이고 역사적인 시각을 도입한다. 그는 서구를 제치고 새로운 '강자'로 지난 이십 여 년 간 동아시아를 중심으로 영향력을 행사해 온 일본 대중문화의 부상과 일본 대중문화가 형성하고 있는 이 지역 내의 문화적 헤게모니와 수용과정을 지구화, 탈국가주의와 문화적 혼성성이라는 넓은 맥락 속에서 위치시켜 분석한다.

분석의 사례로서 이와부치 교수는 망가와 애니메이션, 대중음악과 게임이라는 대표적인 문화텍스트들로 대변되는 일본식 대중문화가 자국의 문화산업의 주도아래 그리고 다국적자본과 협력하면서 어떻게 타국가 내지는 문화권으로 확산되었으며, 그 확산에 기여해온 요인과 전술은 무엇이었는지에 관해서 상세하고 예리한 분석을 수행한다. 그에 따르면 일본식 대중문화의 확산과 세계적인 붐은, 산업적인 차원에서 아니메나 포케몬, 혹은 파워 레인저즈의 경우에서 예시되듯이, 일본의 문화상품들이 문화적 타자로서 '일본적인' - 혹은 비서구적인 - 성격을 의도적으로 탈각시키면서 - to make the product "odorless", 동시에 이미 전세계적인 수준의 지명도

를 지니고 있는 문화상품으로서 타국에서 대중문화의 생산과 소비를 촉진하는 데 성공했다는 것이다. 이와부치 교수는 이러한 논점을 통해, 일본식 대중문화의 확산과 세계적인 붐은, 산업적인 차원에서 아니메나 포케몬, 혹은 파워 레인저즈의 경우에서 예시되듯이, 일본의 문화상품들이 문화적 타자로서 '일본적인' - 혹은 비서구적인 - 성격을 의도적으로 탈각시키면서 - to make the product "odorless", 동시에 이미 전세계적인 수준의 지명도를 지니고 있는 문화상품으로서 타국에서 대중문화의 생산과 소비를 촉진하는 데 성공했다는 것이다. 이와부치 교수는 이러한 논점을 통해, 일본식 대중문화의 확산과 세계적인 붐은, 산업적인 차원에서 아니메나 포케몬, 혹은 파워 레인저즈의 경우에서 예시되듯이, 일본의 문화상품들이 문화적 타자로서 '일본적인' - 혹은 비서구적인 - 성격을 의도적으로 탈각시키면서 - to make the product "odorless", 동시에 이미 전세계적인 수준의 지명도를 지니고 있는 문화상품으로서 타국에서 대중문화의 생산과 소비를 촉진하는 데 성공했다는 것이다.

다시 말해서 고이부치 교수가 천착하고 있는 일본식 대중문화의 탈국가적인 부상과 영향력의 증대는, 과거의 예에서 보여지듯이 2차대전 이후의 미국식 대중문화가 글로벌한 전형내지는 거의 단일한 우세종으로 작용했던 시기와는 비교되는, 디즈니나 할리우드로 대표되는 미국식 대중문화가 아직은 범지구적으로 우세하지만 다른 종류의 탈지역화된 대중문화들과(transnational cultures) 경합하는, 즉 새로운 지구화시대 문화권력이 탈중심화되고 있는 현실을 반영하는 중요한 하나의 전범으로 파악될 수 있다. 즉 서구가 문화생산의 단일한 중심이 아닌 동아시아를 포함한 복수의 중심을 지닌 당대의 문화생산과 수용의 구도가 이루어지기 시작한 것이다. 탈지역화된 대중문화의 주요한 생산자로서 일본을 비롯한 홍콩과 한국의 부상은 문화생산의 주체로서 서구 대 수동적 수혜자로서의 비서구를 가르는 기존의 인식에 일정한 균열과 변화를 일으키게 된 것이다. 즉 일본과 홍콩으로 대표되는 아시아가 애니메이션과 영상면에서 서구와 충분히 겨룰수 있는 문화적인 강자이자 새로운 재현의 지역적인 중심으로 부상하게 된 것이다. 문화생산면에서 이는 과거에는 주변화되거나 관심을 끌지 못했던 비서구권에 존재하는 지역적이고 문화적인 차이들(cultural differences)이 '표준화'와 '혼성화'의 - 혹은 혼성적 모방 - 과정을 거치면서 탈지역적으로 이동되고 수용되는 문화상품 속에서 선택적으로 활용되거나 채택되는 양상을 보여준다.

이와부치에 따르면 일본 문화상품의 서구로의 유입과 비교할 때, 이들 상품의 아시아 권역내의 수용과 대중문화공간의 잠식은 문화적인 근대성과 소비문화의 형성과 밀접한 관계를 설정하면서 성립된 것이다. 세련된 디

5) 이 발제문을 준비하면서 이와부치 교수가 2005년 2월 24일, 아시아문화 심포지움에서 발표한 발제문, '동아시아 대중문화의 교류와 모순된 다국적 관계'와 더불어 국내에서 출간된 그의 <아시아를 잇는 대중문화: 일본, 그 초국가적 욕망 Transnational Japan, 2003 또 하나의 문화>를 참고했다. 동시에 그의 작업을 보완해 주고 있는 하라타 유키에의 <한글을 소비하는 일본 - 한류 여성, 드라마를 참조했다. 이 원고에서 transnational은 초국가적으로 번역되기도 하지만, 토론자는 탈국가적이라는 단어를 사용하며, 상황에 따라서는 translocal 즉 탈지역적이라는 단어를 병행해서 사용하고자 한다.

자인과 같끔한 이미지, 흥미로운 캐릭터군, 그리고 문화적인 표전의 미학을 개발해 낸 일본의 문화상품은, 애니메이션에서 '시보야 사운드'에 이르기까지, 20세기 말기에 들어서면서 급속도로 산업화된 환경 속에서, 소비와 이미지에 대한 강력한 갈망을 갖고 있는 동아시아의 소비자들, 특히 청년세대들로부터 단순한 호기심이나 관심을 넘어서는 열렬한 지지와 인지도를 부여받게 되었다. 이 결과 일본 문화상품의 열광적인 팬들, 소위 '일본족'(the Japan tribe)이라고 불리는 일본식 대중문화를 둘러싼 팬덤현상과 이들을 중심으로 이루어진 소비자 베이스가 탈지역적으로 형성되게 되었으며, 그 뒤를 홍콩식 대중문화나 한류의 성장과 더불어 이들 대중문화를 능동적으로 추구하는 수용자들 역시 뒤따르게 되었던 것이다.

둘째, 고이부치 교수는 방법론 혹은 담론분석의 측면에서 대중문화를 둘러싼 탈지역화된 문화텍스트들의 연계와 생산을 보는 자신의 접근방식을 기존의 문화상품의 생산과 탈지역적인 수용현상을 설명하는 '주류적인' 입장에서부터 차별화시키고 있다. 여기서 주류적인 입장들은 1) 민족주의나 애국주의의 입장에서 자국산 문화상품의 타 지역으로의 진입과 수용을 정의하거나 2) 경제주의담론을 중심으로 문화산업의 효용성과 가치를 강화한다. 이와부치 교수는 문화적인 요인을 경제학적인 시각으로 덮어버리거나 치환시켜 바라보는 신자유주의적인 시각이나, 특정 문화상품의 국경을 넘어서는 확산과 유흥을 그 문화상품을 생산해낸 문화공동체의 특수성과 우수성을 선전하거나 고양하려는 민족주의적인 혹은 국가주의적인 입장을 비판적으로 바라본다. 동시에 그는 문화상품을 의미와 상징의 매개물로 한정시켜 장르분석이나 텍스트·코드분석에만 열중하는 대중적인 문화연구의 일부 경향도 넘어서고자 한다. 이는 그가 의미나 기호의 생산과정(signifying process)에 분석의 렌즈를 한정하는 좁게 정의된 문화주의나 텍스트주의(textualism)의 한계를 넘어서서, *문화를 의미와 취향구조, 욕망과 상상력, 테크놀로지, 그리고 물질성의 접합으로 보는 '문화유물론적인'(cultural materialism) 분석의 방식을 채용하고, 동시에 탈지역적인 문화의 배치와 횡단(transculturation) 그리고 교류를 거시적으로도 접근하기 때문이다.* 이와부치 교수는 문화를 상업화의 기제나 경제학적인 변수로 좁혀서 다루려는 입장을 비판하고, 대중문화의 생산과 지역간의 흐름을 보다 다면화되고 포괄적인(inclusive) 시각으로 접근한다. 이러한 간학제적인 접근방식을 통해서 그는 국가간 그리고 지역간의 문화의 흐름을 보는 보다 입체적이고 다층적인(multilayered) 문화모형을 사용한다.⁶⁾

그는 동아시아의 현재(As Asian "Here and Now")라는 자신의 저작의 한 섹션에서 트렌디 드라마를 중심으로 한 일본식 대중문화의 텍스트들이 서구의 경쟁 텍스트들과 비교할 때 동아시아의 수용자들에게 크게 어필할 수 있었던 요인들을 일상성과 경험, 취향구조와 라이프스타일의 공유, 그리고 공감의 구조라는 측면에서 접근하고 있다. 즉 지리적인 근접성이나, 한류연구에서 흔히 채택되고 있는 '문화적 근접성'이나 '문화할인'이라는 개념 대신에 '동시대성'(contemporaneity)과 '근대성의 체험'이라는 측면에서 일본식 대중문화가 동아시아에서 폭넓게 대중성을 획득하고 능동적으로 수용될 수 있는 이유를 찾고 있는 것이다. 다시 말하면 일본식 대중문화와 일본식 대중문화상품을 소비하고 그러한 일본식 대중문화상품의 생산전략을 벤치마킹하는 대만이나 홍콩, 한국의 문화상품들은 제도적인측면에서 근대화의 프로젝트를 어느 정도 안착시켰고, 탈전통화(de-traditionalization)의 과정을 사회적으로 체험하고 있으며, 소비와 '쿨'한 이미지와 문화물에 눈을 돌린 중산층과 청년세대를 갖고 있는 동아시아에서 어필할 수 있는 여러 가지 요인들을 갖추고 있다. 나아가서, 잘 만들어진 상품으로서 동아시아 지역에서 소비되는 대중적인 문화물들은 문화적인 차이와 - 전통이나 가족제도 - 동시에 부상하는 동질성을 - 소비주의, 코스모폴리타니즘, 다문화주의, 도회성 - 접합시키거나 선택적으로 차용하는(appropriate) 전술을 보여준 다.⁷⁾

6) 이와부치는 자신의 연구서 <아시아를 잇는 대중문화 Transnational Japan>에서 동아시아관에서의 일본 대중문화상품의 범을 다양한 각도에서 심층적으로 동시에 입체적으로 분석하고 있다. 이 책에서 이와부치는 일본 대중문화의 동아시아와 유럽·미주로의 확산을 둘러싼 정책적 그리고 담론적인 요인들을 상세하게 기술하고 있다.

7) 여기에는 최근의 '온사마'현상에서 드러나듯이, 노스탤지어 역시 한류가 성공적으로 특정세대의 일본 수용자들에게 어필하는 중요한 요인으로 설명되기도 한다(유키에 2005 참조). 백연담 성균관대 교수는 광주 아시아문화심포지엄에서 행한 발제에서 "한류는 문화의 지역화 추세, 새로운 아시아적 문화의 구성 과정을 가늠하는 좋은 기제가 된다"면서 한류를 "동아시아의 새로운 지역성을 형성해 가는 열린 과정으로 바라볼 필요가 있다"고 밝혔다. 백교수는 "일본에서의 한류가 '세련된 향수(노스탤지어)의 소비', 중국에서의 한류는 '작곡 문화산업의 적정한 침투체계', 베트남 등 제3세계에서는 '아시아문화의 중층적 구조를 표상한다'면서 한류 현상에서 "지역의 문화가 하나의 문화적 동질성으로 이루어진 것도, 이루어진 것도 아니라 서로 상이한 문화의 공존으로서 현상해야 한다는 사실을 확인할 수 있다"고 말했다. 이어 (아시아의) "새로운 지역성, 문화적 지역주의의 진정한 가능성은 (각 아시아 문화권이 보여주는) 역동성들의 결합 여부에 달려있다"고 지적한 바 있다.

세 번째로 이와부치 교수가 제기하는 논점은 일본식 혹은 그 뒤를 뒤따르는 한국식 대중문화의 부상과 동아시아 내에서의 일상 속으로의 유입이 과연 문화 간의 대화와 교류를 촉진하는 '진정한' 계기가 될 수 있는냐는 질문이다. 이 논점이 합의하는 바는 다음과 같이 정리될 수 있다고 본다: 현재 한류나 일본 대중문화물의 수용자들이 만들어 내거나 이들의 활동을 통해서 연계되는 탈지역적인 공간은 전적으로 소비화된 공간(overly consumerized space)이나 다국적기업이나 국가와 같은 초주체들만이 지배력을 행사하는 영역만은 아니라는 사실이다.⁸⁾ 즉 한국 내에서 이미 부상한 일본이나 다국적인 문화의 팬덤이나 마니아문화 혹은 힙합이나 '홍대 앞 인디문화'로 지칭되는 클럽문화의 예에서 보여지듯이, 탈지역적으로 이루어지는 문화의 수용에는 소비자본주의의 역학을 우회하는 탈자본주의적인 욕망이나 새로운 (반)자율적인 문화적인 가능성과 상호이해, 그리고 연대의 가능성들을 담지한 탈지역적인 공공영역들(transnational (counter)public spheres)이나 '경계지역'(border zones)들이 그리고 본질주의적인 문화를 추수하지 않는 대신 '코스모폴리탄적인' 문화를 추구하는 수용자층 역시 존재하고 있다는 측면이다. 즉 국가대 국가 간의 대중문화의 흐름은 상업화 된 통로 이외에도 지역과 지역 그리고 다양한 층위의 하위문화나 소수문화의 수용자를 연결시켜 주는 복수의 흐름들을 내재하고 있으며, 이들은 상징정치의 측면에서 상업화된 주류문화와 타국가적 대중문화의 논리에 포섭되지 않는 가능성과 정체성을 보여주기도 한다.⁹⁾

일례로 문화연구는 한류나 일본대중문화를 선호하는 동아시아의 다양한 수용자집단이 탈지역적으로 형성하는 공간을 매개로 이루어질 수 있는 혼성적인 문화간의 이해와 대화를 '아래로 부터의 지역화'(regionalization from below)나 문화의 횡단과 외래문화의 수용이 견인한 긍정적일 수 있는 결과물로 정의하고, 탈지역적 사고와 대화 그리고 문화를 통한 이해와 소통의 가능성을 탐문해왔다. 다시 말해서 문화연구는 국가주의나 자문화우선주의의 질곡을 벗어나서 상대방이나 타자의 문화를 이해하고, 그들과 소통하려는 노력이 이루어 질 수 있거나 '소수문화'나 팬문화의 상대적인 자율성과 창조성이 보장되는 실천되는 공간의 성립가능성에 대해서 다양한 측면에서 모색을 시도해 온 것이다 이것은 문화연구가 소비담론이나 신자유주의적인 담론에 현재의 탈지역적으로 이루어지는 문화의 수용과 교류가 전면적으로 포획되지 않도록 일종의 '안티테제'로서 탈지역적인 공공영역의 존재들을 설정할 필요를 느꼈음을 의미한다.

하지만 이 경우에도 이와부치는 일본내 소수자그룹을 형성하고 있는 재일교포들의 예를 들어서 최근 부상하고 있는 한류라는 '붐'이 기존의 민족주의나 탈식민주의적인 요인들과 조우하면서 이들에게 자기권능화(self-empowerment)의 기회뿐만이 아니라, 이들을 속박하는 기제로도 작용될 수 있음을 지적한 바 있다.¹⁰⁾ 즉 자이니치, 일본내 거주하는 재일교포들에게 한류는 그간 일본 내에서 부정적으로 예단되어온 한국의 이미지에 대한 재고를 부분적으로 이루어내는 기회이자, 동시에 보다 신장된 한국의 이미지는 재일교포들에게 또 하나의 본질주의적인 그리고 긍정적으로 갑자기 포장된 문화의 이미지를 - '성난 쫓오센징이 부드럽고 온화한 쫓오센징으로 변하'는 - 떠넘기거나, 북한때러기와 남한에 대한 승인 그리고 이미지교양을 비교함으로써 잠재적으로는 새로운 '차별의 정치'의 기제로 작용할 수 있다는 점이다.¹¹⁾

8) 물론 '경계없는(borderless) 시대'로 자주 표상되는 세계화 속의 현실 속에 다소 거칠게 표현해서, 전지구적으로 유통하는 자본과 탈국가적인 계급을 제외하곤, 사실상 경계와 국경은 여전히 존재하여 굳건하게 수호되고 있다는 주장에도 귀를 기울일 필요가 있다. 이주노동자에 대한 국가의 감시와 통제가 그 대표적인 예일 수 있다.

9) 신현준 'K-pop의 문화정치(학): 가요 민족주의로부터 팝 아시아주의 속으로,' 아시아 대중문화연구 국제 세미나, 2005년 2월 22일, 서울, 성공회 대학교 참조.

10) 인터넷 공간에서 흔히 목격할 수 있는 현상은 타자의 문화에 대한 열린 관심과 동경이 타자를 배타시키거나 본질주의적으로 규정하는 민족주의적인 담론과 종종 충돌을 일으키기도 한다는 점이다. 여기서 고려해야 할 또 다른 중요한 요인은 국가나 지역적인 경계를 넘어서는 문화의 교류나 수용에 제한을 가하는 현실의 조건들(historical conditions)인데, 여기에는 이 지역에 드미온 일본 식민주의라는 역사적인 경험과 일본 문화의 패권적 성장을 경계하는 시선과, 일본이나 한국의 대중문화가 매개하는 근대적이고 도시적이며 다문화적인 상상과 이미지들이 충돌하고 있다는 사실이다.

11) 황성빈, '일본의 한류열풍' 창작과 비평, 2005년 봄호 참조. 또한 '계열연가현상' 그리고 보아로 대표될 수 있는 일본 내의 한류현상이 과연 한국과 일본과의 오랜 역사적 갈등과 양극관계를 해소할 만큼의 치유제로 작용하거나, 양극간의 관계와 상호이해를 성찰할 수 있는 중요한 기회로 작용할 것인가에 대해서는 여전히 의문이 남는다.

III. 탈지역적 문화의 생산과 수용을 어떻게 담론적인 층위에서 그리고 경험적으로 분석할 것인가?
다지역적으로 벌어지는 현장연구와 민족지학의 가능성과 필요성

문화연구의 영역에서 아룬 아파두라이(Arun Appadurai)에서 스투어트 홀(Stuart Hall), 아리프 딜릭(Arif Dirlik)에서 호미 바바(Homi Bhabha) 그리고 데이빗 모리(David Morely)에 이르기까지 이와부치가 전술적으로 활용하는 당대의 잘 알려진 문화이론가들은 다양한 이론적 앵글과 문제의식을 통해서 복잡다단하게 얽혀 있는 지구화시대의 문화의 위상과 그러한 문화의 출현과 흐름 그리고 문화간에 이루어지는 접종화(creolization) 내지는 혼성화현상을 심도있게 분석하는 새로운 탄력있는 해석의 틀을 지속적으로 만들어왔다. 이들의 작업은 이민(diaspora), 다문화주의, 문화의 탈영역화와 재영역화, 세계화에 대한 이론틀 그리고 탈식민주의와 같은 메타이론이나 세련된 문화담론을 선택적으로 차용하는 작업에서 다지역적으로 수행되는 필드워크 혹은 현장연구를 토대로 한 민족지학(multisited ethnography)이나 지역성과 장소성을 강조하는 문화지리학의 운용과 같은 학술적으로 다변화된 입장과 장르를 통한 접근방식들을 포함하고 있다.¹²⁾ 이러한 이론의 병목현상을 만들만큼 한 편으로는 복잡하면서, 동시에 다양한 접근방식과 경험조사를 통해서 활성화된 탈지역적인 수준의 문화연구는 과거의 지배적인 문화의 타문화권으로의 확산과 문화간 교섭과 왕래를 바라보는데 흔히 채택되었던 문화제국주의나 문화적 본질주의(essentialism)의 틀과 하계를 벗어나고자 부단한 노력을 기울여 왔다.

이와부치의 분석에서 문화는 특정 문화권에 내재하는 특징적인 가치나 성향이 녹아들어가곤 균질적이거나(homogeneous) 자체적으로 완결된(self-contained) 텍스트나 구성물로 한정되지 않으며, 그 자체가 다양한 문화적인 스타일과 장르, 담론적인 개입, 산업적인 이해관계와 대중적인 상상력이 복잡하게 접합된, 동시에 열려진(porous) 구조를 지닌 생산물이다. 그는 과거에 주도적인 프레임워크를 제공하던 문화제국주의가 강조하는 문화생산과 흐름의 일방향성(uni-directionality)을 비판하고, 보다 역동적이면서 역사화 된 시각을 도입하고자 한다. 예를 들어, 그는 일본의 대중문화가 전후의 소비자본주의의 발흥과 연계되어 성장하면서 채택한 다양한 전술과 아시아에서의 일본문화의 범을 둘러싼 경쟁하는 담론들을 - 예컨대 민족주의, 오리엔탈리즘, '아시아주의'(Asianism)와 일본의 '초국가적인 욕망'에 이르기까지³⁾ - 세밀하게 분석한다. 이는 지역간의 문화교류와 흐름, 그리고 문화를 둘러싼 협상과 투쟁을 하나의 강력하지만 지나치게 편향된 시각으로 고착시키거나, 결정론적인 프리즘을 통해서 접근하려는 입장을 비판하고 극복하려는 문화연구의 기본입장을 이와부치 교수가 취하고 있기 때문이 것으로 보인다.

본 연구자 역시 강력한 문화현상이자 담론으로 최근 몇 년간 급부상한 한류현상을 바라보는 현재의 한국의 맥락에서도 이러한 균형적이면서도 조심스러운 접근방식이 필요하다고 본다. 한국사회 내에서 한류현상을 분석하는 대다수의 담론들은 한류를 경제중심적인 시각에서 새로운 방식으로 상업적인 이익을 담보해주는 절호의 기회로 등치시키거나, 한국 대중문화와 스타시스템의 우수성과 능력을 과대평가하는 미디어 담론이나 저널리즘에 의해 포장되거나 '포섭'되기도 한다. 다시 말해서 주류담론 속에는 한류의 약진을 바라보는 소아적 문화우열주의의 냄새가 풍기며, 돈남아와 죽음을 포한한 문화적 타자들은 우리의 대화 상대라기보다는 소비대상이자 시자로서만

[illegible]

“한 문명화적인 측정과 발언을 전면에 두지만, 문명의 차이를 줄려싼 인식론적인 폭력(epistemic violence)”과 타자화(alhthering)의 전술을 성찰적으로 대면하고자 하는 노력들이 심급하게 결여되어 있다는 한계를 보이고 있다.¹⁴⁾

외부적 교수의 작업은 명징하고 제도적, 역사적 그리고 담론적인 요소들을 적절하게 활용하고 있기 때문에 훌륭한 지적노력으로 평가될 수 있다고 본다. 다만 하나 아쉬운 점은 그의 작업에서 자신이 수행한 경험연구가 세밀하거나 포착되거나 두껍게 기술되고 있지 않다는 점이다. 본 연구자는 특히 한류현상과 일본의 대중문화의 동아시아 내 흐름과 다양한 사회지리적인 공간에 존재하는 수용자그룹과의 상호작용을 분석하는데 있어서 하나 이상의 장소에서 현장조사와 심층인터뷰 그리고 참여관찰을 통해서 행해지는 민속지학(multisited ethnography)이나 새롭게 시도되는 지역연구의 장점과 가능성이 향후 동아시아내의 대중문화의 문화정치를 논할 때에 마땅히 심도있게 고려되어야 한다고 본다.¹⁵⁾ 많은 연구자들이 동의하듯이, 문화연구의 운운은 탄력적이고 세련된 이론(high theory)을 통한 맥락에 대한 정치한 분석과 더불어, '민속지학적인 상상력'(ethnographic imagination)을 통해서 아래로 부터의 경험적인 현실을 조사하는 노력을 포함한다. 일례로 민족주의와 문화적인 본질주의가 비교적 공고한 동아시아에서 어떻게 타국에서 생산된 문화물들이 청년세대를 중심으로 능동적으로 수용되는 과정을 알기 위해 단기간이 아닌 중장기적인 측면의 현장조사와 해당연구지역의 연구자와 협업을 수행하는 방식의 지역간 비교연구를 통해서 이루어지는 인류학적인 조사가 더욱 필요하다고 볼 수 있다. 일본이나 한국의 대중문화물이 불러오는 붐과 관심은 관련된 크고 작은 행위자들 간의 끊임없는 상호작용과 영향의 결과이기도 하다. 민속지학은 이러한 행위자들 중에서 특히 문화산업과 기획사가 탈지역적인 문화생산에 개입할 때 작용하는 조직문화와 기획 그리고 전술을 재현하고, 다양한 공간과 지역에 존재하는 탈지역적으로 소비되는 대중문화의 수용자와 팬들이 빚어내고 수행하는 의미와 욕망, 상상력과 공감의 결(textures)을 찾아내는데 중요한 역할을 할 수 있기 때문이다.

두 번째로 탈지역적으로 이루어지는 문화의 생산과 수용 그리고 횡단과 관련된 문화연구의 작업에서 담론분석의 차원이나 팬덤의 분석만이 아닌 좀 더 제도적이고 정치경제학적인 차원의 연구가 보완적으로 이루어져야 한다는 점을 강조하고 싶다. 일반적으로 문화연구는 다국적 문화기업의 소유구조와 합병, 시장지배력 그리고 이들이 행사하는 문화적 헤게모니작용을 중심으로 한 거시적인 차원의 문제를 다루는 비판적인 정치경제학적인 접근이 채택하는 문화에 대한 전반적인 접근방식이 지나치게 도구적이거나 단순하게(reductionistic) 정의된다는 점에서 강한 비판을 받아왔다.¹⁶⁾ 이 비판이 어느 정도 효소력을 지니지만, 그럼에도 문화연구가 대중문화의 탈국가적인 소비와 수용을 다루는데 있어서 산업적이고 정책적인 면에서 한계와 취약성을 드러낸 점도 인정해야 한다.

여기에 때로는 문화연구와 일정한 긴장과 대립각을 유지하고 있는 비판적 정치경제학적인 접근과 상상력이 지니는 유용성이 접목될 수 있다. 일례로, 미국의 정치경제학자인 로버트 맥체스니에 따르면 1990년대는 초유의 기업인수와 합병을 통해서 소수의 글로벌화한 거대 미디어기업군의 출현을 목도하게 된다.¹⁷⁾ AOL-Time Warner, Disney, Sony, Bertelsmann, News Corporation, Viacom, Vivendi International과 같은 거대기

15) 다음의 연구들은 위에서 제기한 민속지학적인 연구를 시도하거나 포함하고 있다: 조한혜정의 '한류'와 아시아의 대중문화(2003, 연세대학교 출판부); Arjun Appadurai, *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*(1996 University of Minnesota Press); George Marcus, *Ethnography Thick and Thin*(1998, Princeton University Press); Patrick Murphy and Marwan Kraidy (eds.), *Global Media Studies: Ethnographic Perspectives*(2003, Routledge); Norman Denzin, *Performance Ethnography*(2003, Sage); Ian Nederveen Pieterse, *Globalization and Culture*(2004, Rowman and Littlefield); Taşın G. Ören and Patrice Petro (eds.) *Global Currents*(2004, Rutgers University Press).; 조지 마커스와 마이클 피셔 지음 유철인 옮김, *인류학과 문화비평*(2005, 아카넷).

16) 비판적 정치경제학적인 입장에 심정적인 동조를 취하지만 비판적 정치경제학과 경쟁적인 관계에 있기도 한 문화연구 진영의 학자들은 맥체스니와 좀스키류의 미디어 모델이 지나치게 정치적 동인과 경제적인 이해관계를 미디어정책과 텍스트들에 대한 주도적인 결정체(determinants)로 강조하는 일종의 정치경제 우위론 혹은 '반영론'(reflectionist approach)적인 입장을 취하거나, 사회내의 갈등관계나 지배관계가 다양한 사회집단과 행위자, 인종그룹을 매개하는 헤게모니작용을 통해서 이루어지는 방식을 지나치게 단순화시켜 접근한다고 비판하기도 한다. 문화연구자들은 전통적으로 문화와 미디어영역과 경제영역간의 복잡하고 '불균형적인 접합'(uneven articulation)이 이루어지는 과정, 그리고 지배블럭(power bloc)과 패자배집단들 사이의 밀고 당기는 힘의 역학에 - 특히 아래로부터(from below) 지배구조에 제기되는 저항과 지배적인 구조들을 위반(transgression)하는 능동적 행위자로서의 인간주체의 행동에 - 주목하며, 이들 입장에서 보면 비판적 정치경제학적인 접근방식은, 거시적인 측면에서 미디어와 문화 그리고 권력이 빚어내는 관계를 조망하는 강점을 지니지만, 때로는 복잡하게 연계되어 작동하는 권력관계와 헤게모니 작용을 둘러싼 사회적인 합의의 산출과 다층화된 갈등관계를 단순화시키는 오류를 범하기도 한다.

17) Robert McChesney, *The Problem of the Media*(2004, Monthly Review Press).

기업들은 국가간의 경계를 초월해서 전지구적으로 활동하는 거대미디어기업들이며, 이들의 연간 매출액은 35억불에서 10억불을 상회한다. 이들 기업은 탈국가적인 미디어생산과 소비의 주체들이며 전지구적인 인지도를 지닌 미디어 콘텐츠와 브랜드들을 - 영화, TV 프로그램, 책, 음악, 게임등의 - 제작하고 배급하는 다국적 기업군으로서의 거대한 영향력을 행사한다. 이들 뒤에 약 50-70개의 미디어기업들이 글로벌화된 미디어 시스템의 하부구조를 이루고 있다. 맥체스니에 따르면 이들 거대미디어기업들은, 기존의 미디어 혹은 문화제국주의에서 이론화되었던 중심부에 본부를 두고 비서구 지역에 미디어상품을 일방향적으로(one-dimensionally) 유통시키는 방식으로 경영을 하기보다는, 목표로 하는 지역에서 최대한의 이윤을 내기위해서 과감한 조인트벤처와 '지역화'(localization)의 유연전략을 구사하고, 그 지역에서 연합할 파트너를 적극적으로 모색한다는 점에서 차별화된다. 동시에 이들 기업들은 이윤을 극대화하기 위해서 그들이 파는 미디어 콘텐츠를 다양한 방식으로 상업화할 뿐만 아니라 기존의 공영 미디어 모델의 운영과 존립기반을 흔든다. 맥체스니에 따르면 그 결과 존립기반이 허약한 공공미디어는 사유화되고 미디어와의 경쟁과정 속에서 상업적 스탠다드에 맞추어 경쟁할 것을 강요받게 된다.

IV. 결론을 대신해서

[illegible]

조망은 문화연구자들에 있어서도 그들이 지닌 문제의식과 방법론을 생산적으로 활용할 수 있는 좋은 기회이자 필요한 개입의 한 형태라고 말할 수 있다. 그러한 작업의 전제로 한류현상은 일본식 대중문화의 탈지역적인 흐름과 헤게모니 작용을 뒤따르는 혼종교배에 의한 잡종문화의 한 특화된 형태이고, 한류현상이 탈지역적으로 공유되는 욕망과 상상을 팝아시아주의(pop Asianism)와 아시아적 감수성의 한 형태로 실현시키기도 하지만, 동시에 그러한 움직임과 가능성들이 뿌리 깊은 국가주의와 애국마케팅의 자장 안에 놓여있다는 자기인식을 바탕으로 할 때에 보다 유의미한 접근방식과 연구성과를 제공할 수 있다고 본다.