

□ 문화산업이슈

“한류” 문화가 중국에서 성행하는 원인

중국사회과학원 경제연구소 연구원 잔소우홍(詹小洪)

최근 몇 동안, “한류”라는 명사에 대해 모르는 중국인이 없게 되었으며 “한류”는 일종의 외래의 유행문화로서 중국의 수많은 팬들의 사랑을 받게 되면서 “하한족”이라는 단체까지 형성되었다. 중국 시장에 들어온 “한류”문화 상품은 종류가 다양하다: 전자게임, 영화, 드라마, 요리, 스포츠 레저, 관광 등이 있는데 이와 같은 “한류”문화상품은 중국에서 거대한 시장을 차지하고 있다. 중국에서의 “한류”현황을 소개하고 “한류”가 중국에서 성행하게 된 원인을 분석해보며, 한류가 중국에서 발전함에 따라 가져오게 되는 우려 그리고 중한 문화 교류의 전망에 대해 분석해보고자 한다. 아래 분석은 주로 경제학 각도에서 경제 수치에 따라 한류가 중국에서 발산하고 있는 영향력에 관한 내용이다.

1. 중국에서의 한류문화 유행

1) 중국에서의 한류 영향력

한류문화는 중국에 있는 기타 국가의 문화 영향력을 압도하였다. 중국에서의 한류 문화 영향력 수치를 보면, (한류 문화상품이 중국시장에서의 판매액을 정확한 수치로 반영한다는 것은 불가능한 일이지만 인터넷 검색 도구를 이용해 간접적으로 중국 내 각종 외국문화의 영향력을 비교해 볼 수는 있다) 유행하고 있는 대중 문화속에서 중국인들에게 영향이 가장 큰 것은 영화와 드라마이다. 2006년 9월 20일 필자는 중국 네티즌들의 이용 비중이 제일 높은 인터넷 검색엔진 "BAIDU"를 이용해 "한국드라마", "일본드라마", "홍콩대만드라마", "한국영화", "일본영화", "홍콩대만영화", "미국영화" 등 단어를 검색해 본 결과 드라마 면에서 일본, 홍콩, 대만, 미국 드라마와 비교할 때 한국드라마의 시청률이 압도적인 우세로 영향력이 제일 컸으며 영화면에서도 한국 영화의 영향력은 할리우드의 대작 다음으로 2위를 차지해 일본 영화와 홍콩 대만 영화를 훨씬 초과했다.

웹페이지 수량은 중국인들이 현실에서 느낀 것과 거의 일치하다. 중한 양국의 주요 신문 잡지, 인터넷에 발표된 많은 경제수치들은 한류문화가 중국에서 차지하는 위치를 충분히 반영하고 있다.

---2005년 3월 15일 <조선일보>는 한국산업정책연구원이 발표한 "한류"의 경제 영향 및 효과에 대한 분석 보고를 실었는데, 2004년 한류 문화상품의 수출이 한국 기타 제조업, 서비스업의 생산액, 부가가치, 창조 취업에 대한 간접적인 공헌이 4.5만 억원(약 41억달러)인데, 그 중에 중국 시장을 통해 창출한 경제효익만 3.3만 억원에 달했다고 하였다. 이 보고는 또 중국에서 한류 브랜드 가치에 대한 평가가 일본과 미국보다 훨씬 높음을 증명하였다. 중국에서의 한류를 퍼뜨린 공신은 물론 드라마이다.

--- 한국전자온라인게임상품(cybergame)은 거의 중국 전자게임시장을 독점한 상황이다. 중국전자정보산업 발전연구원(CCD)이 제공한 수치에 따르면, 2001년과 2002년, 한국에서 수입한 전자 게임상품은 중국 시장 점유율의 70%를 초과했으며 2003년에도 거의 50%에 가깝다.

--- 한류가 끼친 한국 화장품 판매시장에 대한 영향. <겨울연가>가 방송된 후 중국 여성 관중들은 드라마 속 여주인공을 좋아하게 되면서 점차 그가 사용하는 한국 화장품도 인기가 상승했다. 2003년 한국 화장품 수출은 처음으로 1억 달러를 초과했는데 그 중에서 1695만 달러는 중국에 수출되어 한국 화장품 수출국 1위를 차지했다. 2004년은 그 수치가 4311.6만 달러에 달했고 2005년에는 6273.1만 달러에 달해 모두 한국 화장품 수출 시장 1위를 차지했다.

--- 한류는 한국 관광 열풍을 일으켰다. 한국 관광공사가 한국 학자들에 위탁해 제작한 <한류 관광 마케팅효과 분석 및 발전방향 조사>에 따르면, 2004년 중국 내륙, 대만, 일본에서 찾아온 관광객 중 27.1%(약 71만명)가 직접 또는 간접적으로 한국 영화와 드라마의 영향을 받고 한국을 찾아온 관광객들이었다. 이와 같은 한류 관광객들은 한국에 7.8억 달러의 외환 수입을 가져다 주었다.

--- 한류는 성형 산업을 발전 시켰다. 최근 몇 년 한류 영화, 드라마의 영향을 받아 한국 성형외과도 발전하게 되었다. 한국의 신문은 상해의 한 사례를 보도했는데 6명의 한국 성형외과 의사가 상해에 고급 설비를 갖춘 성형외과 병원을 차려 한국 스타 얼굴 따라하기 열풍을 일으켰다고 하였다. 성형비용은 상해 현지 비용보다 두 배 이상 높았지만 찾아오는 고객들이 줄을 섰다고 한다.

--- 한류는 한국 패션과 음식 수출을 발전시켰다. <대장금>이 중국 내륙, 대만, 홍콩에서 방송된 후 한국의 요리와 의약 상품이 유행하였다. 홍콩에서 인삼, 동충하초의 판매량은 이전보다 10%-20%증가했으며 한국에 관광 온 고객들이 고려인삼을 구매하는 수량도 점점 많아졌다. 이외 한국 영화와 드라마는 한국 가전용품, 자가용, 핸드폰, 컴퓨터 등 IT상품의 판매를 촉진하였다.

2) 중국 내 한류의 몇 가지 특징

A. 영향력이 크고 지속된 시간이 비교적 길다

1949년 중화인민공화국이 설립된 후로 약 50년간 많은 외국 문화들이 중국 내륙에서 성행했다. 20세기 50,60년대는 소련 문화가 성행했는데 그 때 소련 노래와 영화는 중국 관중과 독자들에게 대한 영향력이 컸다. 그러나 그것은 정부 각도에서의

의식교육 도구로 추진한 것인데 60년대 후기 중국과 소련의 관계가 악화 되면서 소련 문화의 영향도 점차 감소하기 시작했다.

70년대 말, 중국이 개혁개방을 실시하면서 먼저 일본 영화와 드라마가 중국에 영향을 주게 되었으며 그 다음으로 홍콩과 대만 영상물이 들어왔다. 중국관중들에 대한 홍콩과 대만의 영향력과 지위는 90년대 중기에 들어서 한류 영상에 의해 대체되었다. 물론 유럽 미국 영상문화도 중국 관중들에 대한 영향이 컸으며 지속된 시간도 길었지만 모두 한국 문화상품과 같이 중국에서 열풍을 일으켜 "조류"까지는 형성하지 못했다.

드라마를 예로 들어 설명하자면, 한국 드라마가 중국 내륙에서 방송된 것이 아주 많은데 2002-2004년 사이에 각각 67부, 155부, 104부에 달했다. 일부 드라마는 여러 방송국에서 동시에 방송되었으며, 또한 일부 드라마는 중국 내륙 방송국에서 여러 번 재 방송 되었다. 어느 한 시기는 TV만 켜면 <보고또보고>, <인어아가씨>, <명성황후>, <노란손수건>, <여인천하>, <상도> 등 한국 드라마들을 여러 채널에서 동시에 볼 수 있었다. 2005년 중국 호남TV방송국에서 방송된 <대장금>의 평균 시청률은 3.5%에 달했으며 평균 시청 점유율은 15.3%에 달해 전국 동일 시간대 TV 프로그램 시청률 1위를 차지해 중국 내륙에서 외국드라마의 최고 시청 기록을 창조했다.

한류문화가 최초로 중국 내륙에 들어온 것은 1988년 서울 올림픽 때로, 주제곡 <Hand in Hand>를 통해 중국 관중들은 처음으로 한국 노래의 감미로운 선율을 느끼게 되었다.

1993년 첫 번째 한국 드라마 <질투>가 중국에 들어온 후, 드라마 <사랑이 뭐길래>, <가을동화>, <겨울연가>, <이브의 모든 것>, 영화 <엽기적인 그녀> 등이 계속 중국에서 방영돼 중국 관중들의 호평을 받았다. 2005년 드라마 <대장금>의 방송은 또한 한류가 일종의 외래 문화로서 중국에서 전에 없던 성공을 취득하였음을 보여준다.

중국 최대 포털 사이트인 SINA의 조사에 따르면 조사 대상인 네티즌들 속에서 83.12%가 한국 드라마를 좋아한다고 하였다. <어떤 나라 또는 지역의 영화, 드라마를 좋아하는가>는 문제에 대해 54.55%가 한국 드라마를 선택했다. 90년대 중기로부터 현재까지 한류 열풍이 중국에서 지속적으로 뜨겁게 달아오르면서 거의 10년간 유지해 왔는데 일종의 외래 문화로서 중국에서 이와 같은 영향력을 발생한다는 것은 비교적 드문 현상이다.

B. 한류는 중국의 각 계층과 연령층 관중들의 사랑을 받았다.

객관적으로 분석할 때 한류문화를 즐기는 것은 주로 중국 대도시에서 일정한 경제력과 문화수준을 갖춘 젊은이들이며 대부분이 고등학생이거나 대학생들이다. 그들은 한국 패션을 따라하고 한국노래를 들으며 한국의 최신 영화를 보는 등 옷차림

에서 헤어스타일까지 모두 한국식을 따른다. 물론 그들이 가장 선호하는 드라마도 한국의 스타들이 출연하는 16~20부작의 청춘드라마이다.

가정 주부, 특히 중 노년 부녀들은 한국 장편 드라마를 즐긴다. 이와 같은 드라마들은 대부분 가정드라마들로서 중국 TV채널에서의 방송을 통해 중국 관중들로 하여금 중화민족의 전통 유가사상이 아직도 살아있음 느끼게 하며 그 순간 한국 문화를 인정하고 마음속에 감동과 반성의 감정이 생기게 한다.

남성관중 특히 중노년 관중들은 한국의 역사극, 전쟁극을 비교적 즐겨본다. 예를 들면 <명성황후>, <태극기 휘날리며> 등. 이들은 한국 근대 역사의 변화를 알고 싶어하며 한국 드라마를 통해 한국인들이 20세기 50년대 조선 전쟁에 대한 해석을 보고자 한다.

C. 중한 경제관계 발전과 한류 문화 유행 동행

중국에는 "문화가 무대를 만들고, 경제가 노래를 부른다"는 유행어가 있다. 이 말 인즉 문화의 영향력을 빌어 경제를 발전시킨다는 것이다. 한류문화는 중한 양국 경제관계의 전면적 발전을 추진하였으며 한국의 중국에 대한 자금(투자)과 물류(상품 무역)를 촉진시켰다.

1992년 한중 수교 이래, 중국에 대한 한국의 투자도 급속히 증가하였다. 중국측의 통계 수치에 따르면, 1992년 한국이 중국에 직접 투자한 금액은 겨우 1.19억이었는데 2004년에는 62.2억 달러로 증가하면서 년 증가율이 36.78%에 달해 기타 동일한 시기에 중국에 투자한 국가의 10.87% 증가폭도를 훨씬 초과했다고 한다. 특히 최근 몇 년 간 중국은 이미 한국 최대의 대외 직접 투자국이 되었으며 한국자본이 중국 외자 유치에서 차지하는 비중도 급속히 상승하고 있다. (상세한 내용은 표2 참조)

1992년 수교 이래, 중한 양국의 거래액은 겨우 53억 달러였는데 2005년에는 1119억 달러로 증가해 수교 때의 21배에 달했으며 연간 성장률은 27%였다. 이와 같이 높은 양측의 무역 증가 속도는 국제무역사에서도 보기 드물다. 중국은 한국 상품의 최대 수출 시장으로서 수출 총액이 19.1%에 달하므로 한국은 중국을 최대 무역 파트너로 생각하고 있다. 하지만 주목해야 할 부분은 중한 무역에서 중국은 심각한 적자상태에 처해있다는 사실이다. 2004년 중국의 무역 적자 금액은 300억 달러에 달해 중국의 1년 외국 무역 총 흑자액에 달했다. 이로부터 한국에 대한 중국시장의 중요성을 볼 수 있다. 한류가 이 모든 것의 공신이라고 해도 과언이 아니다.

2. 한류가 중국에서 성행하는 원인

수 천 년의 역사 거래 속에서 중한 양국은 늘 좋은 관계를 유지해 왔지만 얼마 전에 지나간 냉전시기에 양국은 서로 다른 의식형태 체계와 진영을 유지했다. 중국 국민은 왜 한류를 이와 같이 쉽게 받아들일 수 있고 한류문화 또한 어떻게 성공적

으로 중국에 진입할 수 있었을까? 양국이 시장전쟁에서 겨루게 된 주요 요소는 무엇일까? 현재까지 영상예술, 배우 수준 및 시장 마케팅 등 각도를 통해 한류 문화 현상을 분석한 문장들은 많이 볼 수 있으므로 필자는 더욱 넓은 각도에서 즉 역사 문화, 경제, 외교 관계 등 다방면을 통해 한류 문화가 중국에서 성행하게 된 원인을 분석해 보려 한다.

(1) 역사문화 측면

A. 동일 문화근원 설

중한 양국 사이의 역사 거래는 오래 전부터 지속되어 왔으며 양국은 유사한 문화 배경을 가지고 있다. 중한 양국은 모두 동아시아 유교 문화권에 속하며 모두 황색 인종으로서 성씨도 비슷하다. 언어문자나 가치관, 예의, 민속, 건축 면에서 한국은 모두 중화민족의 깊은 영향을 받고 있으며 한국도 중국과 마찬가지로 공자 유가학설이 생활 깊은 곳에 자리잡고 있으며 한국인들은 감정 전달, 가치관념과 사유방식 등 면에서 중국인들과 비슷한 점이 많다. 이는 또한 중국 관중들이 쉽게 한국드라마를 받아들일 수 있고 한류가 순조롭게 중국에 진입할 수 있는 "선천적인 조건"이라고 할 수 있다.

B. 문화 산화석 설

20세기 중국은 5.4운동, 문화대혁명을 거치게 되었다. 이 두 차례 운동은 공자가 창립한 유가학설을 대표로 한 중국 전통 문화에 거대한 영향을 조성하였다.

한국드라마를 대표로 한 한류 문화 속에서 우리는 전통적인 도덕관이 한국 국민들에 대한 구속력이 아직도 크다는 것을 알 수 있는데 이는 오늘날 중국에서 보기 힘든 부분이다. 중국인들은 한국을 주목하게 되면서 한국인들이 더욱 중국인답다고 느끼고 있다(유가문화 의의 상에서의 중국인)! 한국 드라마는 바로 중국문화로 중국 시장을 정복하였으며 중국 문화로 중국인을 이겼다고 할 수 있다. 심지어 어떤 사람들은 오늘의 한국은 고대 중국의 살아있는 화석이라고 한다.

C. 역사문화 자긍심

역사적으로 중국이 한국에 미친 광범위한 영향을 부인할 수 없다. 하지만 오늘의 한국 경제 발전 수준은 중국을 훨씬 초과하였는데 이는 일부 민족주의 정서가 강한 젊은이들의 가슴속에 강렬한 실망감을 주고 있다. 하지만 한국 역사 드라마를 보면서 이러한 실망감이 일정한 정도에서 위안을 받게 된다.

많은 한국드라마들을 통해 역사적으로 한국이 문자, 제도, 예의 그리고 건축 등 면에서 중국의 영향을 받게 되었음을 알 수 있다. 이는 중국 관중들이 잠재의식 속에 자기 민족 역사에 대한 강렬한 자긍심을 느끼게 한다. 현재 한류가 중국을 휩쓸듯이 옛날에 "한풍"도 똑같이 한반도를 휩쓸었다고 생각하기 때문이다. 현재 양국은 한류와 한풍이 서로 어울려 빛을 발산하고 있는 시기라고 할 수 있다.

(2) 경제측면

A. 특수 현대화 모델설

신중국이 설립된 이후 중국은 계속 현대화의 길을 모색해 왔으며 어떠한 현대화 방식을 선택하는가에 대해서도 치열한 논쟁이 있었다. 기타 국가들의 현대화 발전 속에서 한국의 현대화 방식 즉 공업화를 실현함과 동시에 자신의 민족 역사문화 전통을 보유하는 방식에 중국인들은 관심을 두기 시작했다. 한류 문화는 바로 유가문화와 미국 공업화의 대중문화를 결합시킨 산물이다. 이는 문화 글로벌화 과정에 출현된 글로벌화와 본토화의 충돌과 조합을 이용해 전통논리와 현대성의 모순, 동서양 가치관의 충돌을 충분히 표현함으로써 중국인들의 주목을 받게 되었다.

B. 생활수준 비교설

20여년간의 개혁개방을 거쳐 중국 국가력이 강대해지긴 했지만 1인당 평균 GDP로 분석할 경우 선진국과의 차이가 아직도 크다. 중국은 유럽, 미국, 일본 등 나라와 비교할 때 생활수준이 아주 낮다. 물론 한국 국민 생활 수준보다 훨씬 낮은 하지만 한국 드라마를 보면서 중국인들은 따라잡지 못할만큼 높은 수준이라고 생각하지는 않는다. 특히 중국 동부 연해 지역 그리고 북경, 상해, 광주, 심천 등 대도시의 1인당 평균 GDP는 이미 6,7천 달러에 달해 구매 실력으로 분석할 경우(PPP) 한국인 평균 GDP와의 차이가 그리 크지 않았다. 그리하여 중산층들은 생활수준, 소비방식에 대한 비교를 하게 되었으며 한국 드라마를 통해 1인당 평균GDP가 만 달러이상에 달할 때의 생활 수준을 알 수 있게 되었다.

C. 참고 의의설

한국은 중국이 선진국가를 따라잡기 위한 참고사례가 되었다. 중한 양국은 국정이 비슷하고 또 모두 후 현대화를 이룬 동아시아 국가들로서 유럽, 미국의 현대화와 같이 오랜 역사를 가지고 있지않으며 일본과도 다르다. 일본은 일찍이 1864년에 명치위신을 진행해 중국과 한국보다 100년 먼저 현대화의 행렬에 들어섰다. 20세기 60년대 초에 이르러서야 중국화 한국경제는 시작점이 비슷한 농업국으로서 1인당 평균 GDP가 겨우 100달러에 달했다. 다른 하나는 중한 양국은 모두 분열의 운명을 당했다는 것이다.

비록 위와 같이 비슷한 부분이 많았지만 그 후에는 발전의 길이 달라 점점 차이가 커졌던 것이다. 한국과 중국의 비슷한 국정 그리고 한국의 경험은 중국이 경제를 발전시키고 현대화를 실현함에 있어서 중대한 참고 자료를 제공했다.

(3) 외교 측면

1992년 중한 수교 이래 양국은 계속 우호관계를 유지해 왔다. 동북아시아 지역의 일부 중대한 문제, 예를 들면 북한 핵문제에 대해 중한 양국은 같은 입장을 견지해 왔다. 미국, 일본이 북한에 대한 강제적인 제재와 달리 중국과 한국은 외교 수단으로 해결하는 방식을 주장했다.

중국, 한국, 미국 삼국 관계문제에서 한국은 점차 미국과 일본을 벗어나 중국측으로 향하는 추세인데 이는 중국 국민들이 한국에 더욱더 호감을 갖게 하여 한류문화의 인기를 보장했다.

3. 중국내 한류문화의 전망

일본과 동남아시아 지역도 한류 성행 지역이다. 한국 신문 보도에 따르면, 이와 같은 지역에는 이미 "한류"(寒流)가 출현했으며 심지어 일본에서는 "반한류" 또는 "혐한류"가 나타났다고 하였다. 이에 비해 중국에서의 한류는 비록 열기가 점점 식어가고 있긴 하지만 상기 현상이 보편적으로 출현하지는 않았다. 2006년에 들어서 중국에서 상영된 한국 영화와 드라마 수량이 훨씬 적어졌으며 이전과 같이 호평을 받지도 못했다. 한국 전자게임상품이 중국 시장에서의 점유율도 점점 작아지고 있는 상황이며 한류 스타들이 중국에서의 콘서트도 옛날과 같이 인기가 많지 않다. 표2에서 알 수 있듯이 2005년 이후 중국에 대한 한국의 직접적인 투자도 많이 감소되었다. "한류"가 중국에서 식어가는 원인은 다음과 같다.

A. 중한문화상품 무역의 불평등

중국의 관련 보도에 따르면 중국과 한국 문화상품 무역 적자가 제조업 상품 무역 적자보다 더 크다고 하였다. 중한 무역상품 거래액 비중은 1:10이다. 중국은 현재 심한 "문화적자"에 처해 있다. 중국은 대량의 한국 영상물을 수입하고 있으며 중국은 한국스타들의 콘서트를 비준하였지만 한국으로부터 동등한 횟수의 비준을 받지 못했다. 중국 영상물은 한국 시장 진출이 힘들며 한국 3대 방송국 또한 거의 중국 드라마를 방송하지 않는 상황이다. 한국 <조선일보>에 따르면 한국과 베트남의 문화무역 평등을 실현하기 위해 한국 정부는 의식적으로 많은 베트남 영화를 수입해 들고 있다고 하였다. 하지만 한국은 중국에 대해 같은 조치를 취하지 않았다.

B. 한국 영화, 드라마 중국시장에 대한 충격 커

1993년 이래 중국이 수입한 한국 드라마 수량은 끊임없이 증가해 여러 차례 중국에서의 최고 시청률을 창조했다. 이에 비해 중국 국산 드라마 발전은 아주 힘든 상황이었다. 2004년 중국 국산 드라마 제작 편수는 약 1.2만부이지만 황금 시간대에 방송된 것은 겨우 5000집밖에 안되었다. 이렇게 중국 드라마 제작기업들이 1년 손해 금액이 30여억 위안에 달하였으며 기타 문화상품 시장에도 이와 유사한 상황이었다. 그러므로 이와 같은 문화상품 경영업자들은 이익 공동체를 결성해 정부에 한국 문화상품 수입 감소를 요구하게 되었다. 한국 정부는 미국의 압력 속에서 할 수 없이 할리우드 수입 영화 수량을 증가하고 한국 국산 영화 수량을 절반으로 감소하여 한국 영화산업계 인사들의 강렬한 반대를 받았으며 정부에서 국산 영화를 보호할 것을 강력히 요구했었다. 중국의 영상산업계 인사들도 이와 같이 중국 정부에 한국 영상물 수입을 감소할 것을 요구했던 것이다.

C. 중국 수출 한국드라마의 가격 증가 속도가 빠르다

<대장금>을 수입한 "호남위성TV"에 따르면 이전에 한국 드라마는 1집당 가격이 1000~2000달러였는데 <대장금>의 성공으로 인해 한국 드라마의 1집 당 가격이 이미 8000~2000만 달러로 증가하여 중국 내륙 방송국들이 감당하기 힘든 상황이므로 당연히 한국 드라마 방송 수량도 감소될 수밖에 없다고 하였다.

D. 민족주의 정서의 부정적인 영향

중화 수교 15년간 양국은 계속 양호한 관계를 유지해 왔지만 부정적인 소리도 가끔 들리곤 한다. 예를 들면 고구려 역사문제, 해상 경제 전문 구역 구분, 농산물 무역 등 사건으로 인해 양국 사이의 관계에 나쁜 영향을 끼치고 있다. 이외 한국 드라마에서, 일부 중국인들의 기분을 상하게 하는 대사들도 중국 일부 관중들의 민족주의 정서를 불러일으켰다. 이와 같은 부정적인 정서의 확대는 물론 중국 관중들이 한국 문화상품을 받아들이는데 나쁜 영향을 미칠 것이다.

비록 한류 문화가 중국에서의 발전이 느려지고 있지만 중국에서의 한류 전망이 어둡다고 볼 수는 없다. 양국 정부는 현재 양호한 우호 관계를 유지하기 위한 노력을 가하고 있다. 현재 "한풍"이 한국에서 일고 있는데 중국 드라마 <교가대원 (乔家大院)>이 한국에서 방송된 후 한국의 <조선일보> 등 주류 신문은 모두 그 내용을 보도 했으며 2006년 9월에 열린 제1회 서울 드라마 대상에서 최우수 장편 드라마 상을 받게 되었다.

앞으로 중국에서 더욱 우수한 한국 영상물을 많이 볼 수 있길 바라며 한중간 우호적인 교류가 지속되길 바란다.

“한류”습격: 정신침략? 문화융합?

징우조사 장동량(张东良)

최근 <독자편지에서 시작된 생각>을 읽고 설레이는 마음을 오랫동안 진정시킬 수가 없었다. 여기에서는 중국 태권도 인터넷 연맹협회의 한 기사를 실었는데, 그 내용은 한국의 태권도가 중국 소학교의 필수과목으로 될 것인데 이미 논증을 거쳐 조만간 실행 될 것이라는 내용이었다.

우선, 중국의 전통무술의 주장: 천하 쿵푸는 한집안이다. 중국인은 절대로 속이 좁지 않다. 외국의 무예 기술이 중국에서 뿌리를 내리고 발전하는 것을 반대하지는 않지만 그 방식만은 아주 중요하다고 생각한다. 어떤 무술이든 평등한 경쟁을 전제로 해야 한다. 하지만 만약 태권도를 중국 소학교의 필수과목으로 정해 중국의 자손들이 어릴 때부터 반드시 한국문화 낙인이 찍힌 무술을 배워야 한다고 하면 이는 일종의 강제적인 행위라고 할 수 밖에 없다.

만약 수많은 무술 중에서 학교가 꼭 한가지 무술교육을 실시한다 할지라도 그것은 반드시 중국 무술과 세계 기타 국가의 우수한 무예기술 중에서 학생들이 임의로 선택해야만 공평하다고 생각한다. 만약 어린이들이 아무런 선택여지가 없이 무조건 태권도를 배워야 한다면 너무 불공평하지 않을까? 사실 중국에서 중국 무술을 필수과목으로 하고 외국 무술을 선택 과목으로 정하는 것이 오히려 더 정확한 것이 아닌가 싶다. 그렇지 않을 경우 중국의 민족정신에 피해를 주게 될 것이며 유구한 중국 무술이 세계에서 위상이 떨어질 것이므로 중국의 무술인들은 절대 이를 받아들이지 않을 것이다. 중국의 문화를 자신이 소중히 여기지 않고 어떻게 세계 기타 국가에 선양할 것인가?

현재 우리 주위에는 이르는 곳마다 "하한" 현상이다. 한국의 노래, 영화, 드라마, 스타..."한류"열풍이 세차게 불고 있다. 이에 성차지 않아 이젠 한국의 태권도까지.....

그렇다면 한국은 무엇이든 중국보다 좋은것인가? 태권도로 볼 때, 태권도 기술이 아주 훌륭하다 할지라도 중국 국내에서는 한국 본토의 진정한 태권도를 볼 수가 없다. 전통적인 태권도는 일련의 체계화된 내용들로 구성 되었으며 절대로 현재 우리가 흔히 볼 수 있는 "특기"자랑과 같이 간단한 것이 아니다.

그러므로 태권도를 중국 소학교 필수과목으로 설정할 정도로 중국인들이 떠받들 가치가 없다고 생각한다.

이와 같이 중국 태권도를 예로 들어 대부분 중국인들의 마음을 전하고자 한다.

한류, 사실은 일종의 정치 문화 책략

상해사회과학원 장뤼이앤(张瑞燕)

현재 드라마는 이미 이 시대의 주요한 대중 엔터테인먼트가 되었다. 최근 몇 년 간 뜨겁게 달아오른 "한류"열풍은 많은 학자 및 국가 영도자들을 불안하게 하고 있으며 우리 시장과 문화를 유지하는 것에 대해 고민하게 만들었다. "교가대원(乔家大院)"등 중국 드라마가 최근 한국에서 개최된 제1회 "서울방송제"에서 상을 받긴 하였지만 중국 드라마가 한국 시장을 개척한다 는것은 결코 쉽지가 않을 것이다.

중국과 한국 드라마는 차이가 많고 서로 다른 유형이긴 하지만 역시 비슷한 부분들을 찾아볼 수 있다.

유머가 비결

한국 드라마에서는 항상 선한 역할과 악한 역할이 함께 출현하는데 한국식 유머는 과장이 많고 행동 또한 상식을 벗어나 사람들의 웃음을 자아낸다. 한국의 유명한 드라마들은 미남미녀들의 애처로운 사랑과 눈물 그리고 조연들의 동떨어진 행동들과 뒤섞여 표현된다. 물론 "목욕탕집 남자들", "굳세어라 금순아" 등 드라마들은 이야기 줄거리와 인물 성격 속에 생활의 지혜도 엿볼 수 있었다. 하지만 중국 드라마에도 조식(赵式) 동북 농촌극과 영시(英氏) 북경식 생활극을 중요한 대표로 한 전문적인 코미디가 있다. 오락을 중요시하는 현시대에, 중국 드라마가 보는 재미를 높이고 관중들의 정서를 불러일으키는 관건이 바로 코미디적 요소를 증가시키는 것이다.

캐릭터 시대 코믹한 신인들이 역사 무대에 등장해 관중들의 사랑을 받고 있다. 대부분 인생 고충을 겪은 중노년 관중들도 웃음이 너무 필요하다. 유머는 동서고금에 모든 사람들에게 먹히는 비법이다. 물론 유머와 용숙을 어떻게 구분하는가는 문제는 사람마다 보는 각도가 틀릴 수 있다.

음악이 승리를 이끄는 비법

한국 드라마를 통해 알 수 있듯이 제작진은 드라마 음악에 대한 창작을 아주 중요시 한다. 조선 민족 자체가 노래, 춤에 능한 민족으로서 음악에 대해 선천적인 민감성을 가지고 있을 뿐만 아니라 오랜 시간 동안 유럽풍의 영향을 받아 유행 요소에 대한 파악과 창작에 아주 능하다. 한국 유행가는 항상 동아시아 유행가의 선두를 달리고 있다. 한국 드라마는 감동적인 음악으로 드라마 주제를 포장하여 시청률을 높인다. 즉 음악은 한국 드라마가 인기를 모으는 성공적인 요소 중 하나이다. (예: <파리의 연인>) 이에 비해 중국인들은 시행경험이 적고 안목도 낮아 비록 시트콤이 주제 음악 창작을 중요시하고 <다자이먼 (大宅门)>의 배경 음악에도 경극 음조 및 징후(경호의 일종, 경극의 반주에 사용)와 징구(경극 반주에 사용하는 일종의 북)등 민족 악기 요소들이 추가되었지만 뛰어난 작품이 너무 적은 상황이다.

이야기 구성 능력

중국의 한 시나리오 작가는 "한국 작가들의 예술 조예는 중국 작가들보다 뛰어나다"고 하였다. 한국 드라마는 모델화 된 운영방식을 중요시 하는데 코미디, 비극, 흥드라마, 청춘스타극, 멜로 등에 대한 구분이 명확하고 정확하다. 감동적인 유행가, 아름다운 패션과 화장, 미남미녀로 구성된 청춘 스타, 그리고 코믹 요소, 긴장감, 사랑이야기, 논리도덕 그리고 때없이 느껴지는 민족 역사문화와 애국주의 교육은 일종의 의식적인 문화 전략이다. 이에 비해 중국 드라마는 대부분 역사극, 사극, 무협극 업그레이드에 전념하고 있으며 현대극은 주제 개발, 내용 심화에 큰 변화가 없다. 괜찮은 작품들은 대부분 문학작품을 개편해 제작된 작품들인데 드라마 인기는 주로 작가가 드라마 극본 작가이거나 인기 스타들의 연출을 의뢰한다. 예로 들면 <위성>, <과파은>, 그리고 <가난뱅이 장파민의 행복한 생활>, <옥관음>, <배필>, <빈 거울>, <중국식이혼> 및 청나라 사극 <재상 유라과>, <강희미복사방기>, <철니동니 기효람> 등이 있다.

이외에도 중국 혁명시대 드라마<량검>은 일종의 정신을 제창하며, 동북 코미디극 <유노근>은 일종의 민속문화를 전달해 중국 드라마의 진보를 보여주고 있지만 아직까지 <대장금>과 같은 상업 대작이 나타나지 않았으며 주로 아름다운 포장을 통해 민족 문화를 알려 해외에서의 상업과 정치 이익을 쟁취하는데 주력하고 있다. 총체적으로 대부분 중국 국산 드라마의 창작은 기본적으로 초급단계에 있으며 서툰 제작 방식으로 운영되고 있다.

영상물로 문명을 전파

21세기는 동아시아 문명이 세계적 주목을 끄는 시기로서 한국인들은 자신의 문화가 동아시아의 공명을 일으킬 수 있는 유일한 문화라고 믿고 있다. 한국 드라마 <대장금>은 의식적으로 조선 민족의 무명한 역사, 문화, 패션, 음악, 요리, 의약 등 대량의 중국문화 요소들을 포장해 표현하였으며 한국식 상표를 붙였다. 이와 같은

규모 있고 의식적인 포장과 민족문화 촉진은 정치적인 고려일 뿐만 아니라, 또한 일종의 경제적인 책략이며 문화 전파라는 의의를 가지고 있다.

중국 드라마는 20몇년 간의 운영을 통해 점차 홍보의식이 약화되고 명확한 주도 사상, 문화책략이 없어졌으며 중국 문화에 대한 홍보와 확대가 부족하고 주변 지역, 심지어 유럽 미국 등 해외 시장에 중국문명을 선양하는 의식도 부족하다. 한국KBS 글로벌시장 기획부 PD KIMSHILIL은 다음과 같이 중국 드라마산업에 대해 전했다. 현재 중국 드라마업체들은 글로벌 시장에서 큰 영향력이 없으며 글로벌 시장에서 수익도 보지 못하고 있다. 중국 드라마 감독과 제작자들은 해외시장을 중요시 하지 않는데 그 원인은 중국 본토 시장이 충분히 크기 때문이다.

한국과 같이 나라가 작고 민족이 단일한 나라는 위기감으로 인해 의식적으로 본토 문명을 보호하고 빛내려 하며 의식적으로 조선 역사문화를 나타내려고 한다. 하지만 중국과 같이 다민족 대국은 오히려 통일된 문화책략이 없고 다민족 다원화 문화의 조합과 공존을 더 중요시 한다. 중화문명은 한족 문명이 아니다. 그렇다면 진정한 중화문화는 무엇인가? 이와 같이 사람들은 개념조차 모호하므로 중화 문화에 대한 규모 있는 계획, 제작과 전파는 더욱 불가능 하다.

만약 21세기가 정말 중화문명의 시기라면 중국인으로서 우리는 중화문화를 발양하는 것에 대한 사명감을 느껴야 하지 않을까? 베트남, 한국 등과 같은 작은 나라들도 의식적으로 자신의 본토 문화를 보호하고 있는데 중국과 같은 대국이 이와 같이 보고만 있을 수는 없지 않겠는가?