제10장

‘한류와 유교’ 연구

임태홍

1. 머리말

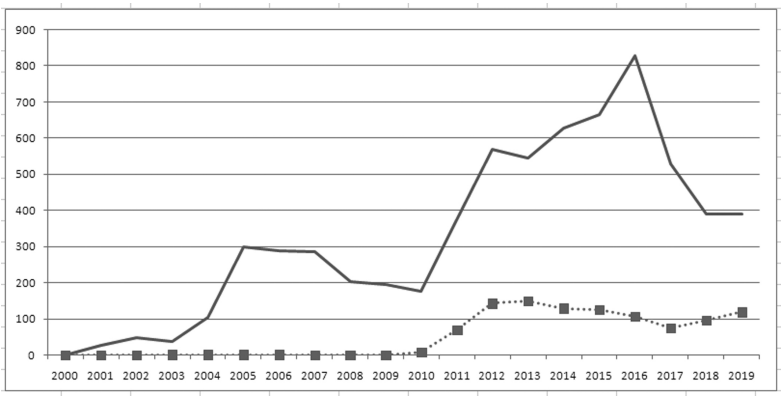
2019년은 영화 〈기생충〉과 아이돌 그룹 방탄소년단(BTS)의 해였다고 할 수 있다. 봉준호 감독의 〈기생충〉은 이해 5월에 개봉하여 한국 내에서 1천만 관객을 넘기고 프랑스, 미국, 일본, 대만, 홍콩 등 해외에서도 개봉하여 큰 반향을 일으켰다. 급기야는 2020년 초에 미국에서 아카데미 작품상, 감독상, 각본상, 그리고 외국어 영화상을 수상했다. 한국 영화사에 길이 남을 커다란 성과였다.

한편 빅히트 엔터테인먼트 소속의 방탄소년단은 4월 13일, 미국의 유명 코미디쇼 〈새터데이 나이트 라이브〉에서 〈Boy with Luv〉로 컴백 무대를 가졌으며 한국가수 최초로 빌보드 200차트에서 3번째로 연속 1위를 하였다. 또 빌보드 뮤직 어워드에서는 한국 가수 최초로 2관왕을 하였다. 아울러 이해 6월부터는 월드투어를 시작하여 미국, 영국, 프랑스, 일본, 사우디아라비아 등지에서 단독으로 스타디움 콘서트를 열었다. 이러한 BTS의 성과 역시 한국 가요사에 한 획을 긋는 커다란 사건이었다고 할 수 있다.

2019년도는 이렇듯 한류의 역사에서 커다란 족적을 남긴 한해였다. 이 보고서는 이러한 2019년도에 한국, 중국, 일본, 그리고 영어권의 주요 논문 사이트에 발표된 한류 관련 혹은, K-pop 관련 논문이나 기사들의 발표 추세를 살펴보고 '한류와 유교' 관련 연구에 대해서 소개하고자 한다.

2. 한국의 '한류' 연구

국회전자도서관(http://dl.nanet.go.kr/)에서 키워드로 '한류'와 'K-pop'을 검색해보면 연도별로 한국어로 발표된 연구가 다음과 같이 검색된다.(2020년 7월 9일) 실선 그래프가 '한류' 검색 결과이며 점선 그래프는 'K-pop' 검색결과다.



먼저 한류 연구 경향을 살펴보면 2000년에 시작한 연구가 2016년에 정점을 찍고 그 이후는 줄어들고 있는 추세다. 2016년은 드라마 〈태양의 후예〉가 방영되어 중국과 동남아시아 등지에서 크게 인기를 얻은 해이기도 하다. 또 박찬욱 감독의 영화 〈아가씨〉, 나홍진 감독의 〈곡성〉, 연상호 감독의 〈부산행〉이 각각 미국, 프랑스, 중국, 일본, 대만 등 각국에서 상영되어 큰 반향을 일으켰다. 이해에 발표된 한류 관련 연구는 모두 828건이었다. 이 수치에는 학술논문 외에도 저술, 학위논문 등이 포함되어 있다. 그 이후에 한류는 중국의 한한령(限韓令, 한류 제한 명령)과 일본의 혐한 분위기 등으로 역풍을 맞아 다소 침체되는 추

세에 있었다. 그러다 2018년에는 391편, 2019년에는 390편으로 하향세가 멈춘 모습을 보여주고 있다.

한편, K-pop의 상황을 보면 K-pop 연구의 시작은 2003년(1편)이며 2010년부터 연구가 급증하기 시작한다. 2010년은 8편이었다. 이후 2013년에 149편으로 최고 정점을 찍고 조금씩 줄어들다가 2018년(96편), 2019년(119편)에 약간의 반등을 보여주고 있다. BTS의 세계적인 활약으로 다소 연구가 늘어났음을 짐작해볼 수 있다.

한류 관련 연구가 줄어드는 것은 한류 연구가 좀 더 세분화되고 전문화된 것과도 관련이 있다. 예를 들면 영화 〈기생충〉을 논한 기사를 검색해보면 2019년에 총 76건이 검색된다. 하지만 이중에는 「한국 대중문화콘텐츠 예술적 가치 증대:〈기생충〉 칸 황금종려상 수상」(정지욱, Hallyu now, Vol.33 2019. 11)라는 논문 1편만이 '한류'를 주제어로 채택하여 기사를 썼다.

'방탄소년단(혹은 BTS)'도 검색해보면 2019년에 총 146편이 검색된다. 하지만 이중에 20편만이 '한류'라는 단어를 키워드로 등록하였다. 즉 '한류'라는 관점에서 방탄소년단의 기사나 논문을 작성한 경우는 20편뿐이고 나머지 126편은 단지 방탄소년단에 대해서 논한 것이다. 이러한 경향이 '한류' 연구의 성과물이 줄어드는 한 요인이 되었다고 할 수 있다.

한류 연구는 이미 20년 가깝게 진행되면서 이제는 '한류'를 타이틀로 한 연구가 다소 진부하다는 인상까지 주고 있다. 한류를 표현하는 단어도 영화한류, 드라마한류, 뷰티한류 등 그동안 익숙해진 표현 외에도 요즘은 행정한류, 교육한류, 커피한류, 치안한류, 종자한류, 건설한류, 축구한류, 패션한류, 농업한류, 식품한류, 축산한류, 자동차한류, 관

광한류, 연료전지한류, 방송한류, 국민연금한류 등으로 무한 확장을 하고 있다. 그리고 K-movie, K-drama, K-pop, K-beauty, K-food, K-fashion 외에도 K-행정, K-교육, K-축산, K-방송, K-문학, K-뮤지컬 등 아무 단어나 K를 덧붙여나가는 상황이 되었다. 물론 아무 분야나 한류를 들이댄다고 비판만 수는 없다. 요즘 한국 사회의 각 분야에서 '우리도 잘 할 수 있다', '우리도 세계 최고가 될 수 있다'는 분위기가 확산되면서 각 분야 전문가들이 K-drama나 K-pop 못지않은 성과를 내고 있는 경우도 늘어나고 있기 때문이다. 덕분에 '한류'라는 단어는 더욱 넓어지고 그 의미는 더욱 확대되어 '한류'는 더더욱 진부한 단어가 되어 가고 있다.

그럼에도 불구하고 '한류'라는 단어를 사용하여 영화나 음악 혹은 음식이나 패션의 한 분야를 연구 논문으로 정리하는 것은 여전히 그 나름의 의미가 있기 때문이다. '한류'라는 단어 자체에는 '한국문화는 어떤 정체성을 가지고 있는가' 하는 질문이 전제되어 있다. 즉 다른 나라 문화와의 비교를 전제로 한 개념이라는 것이다. 물론 각 저자들이 이러한 엄밀한 사정을 염두에 두고 논문이나 기사를 작성하는 것은 아니지만 '한류'라는 단어를 사용할 때는 기본적으로 의식적으로든 무의식적으로든 '한국문화'라는 개념이 전제되어 있는 것이다.

2019년에 발표된 논문 중 한국문화의 정체성, 혹은 한국 사상과 관련된 것들을 소개하자면 다음과 같다.

1. 『한국 드라마의 문화수출에 대한 연구』
(Feng Zhe, 세종대학교 대학원 석사학위논문, 2019.8)

중국 유학생인 저자는 한국 드라마의 특징을 논하면서 다음과 같이 소개하였다. "한국 드라마는 동방의 매력을 자연스럽게 표현하며 가정과 결혼, 인간관계에 대한 깊은 통찰을 표현한다. 또한 대부분의 한국 드라마에는 장유유서와 형제애 등 전통 윤리 미덕이 담겨 있다. 이것은 구조 전환기에 있는 많은 중국인이 부러워하거나 동경하는 부분이다"(23쪽) '장유유서(長幼有序)'는 어른과 어린이 사이에는 순서가 있다는 말이며 '전통 윤리 미덕'이란 바로 유교 윤리를 말한다. 저자는 특별히 '유교'라는 단어를 사용하지는 않았지만, 한국 드라마의 유교적 분위기를 지적하였다.

2. 「한류의 철학-다섯 가지 미학적 코드」(유헌식, 『한국연구』2, 2019.10)

저자는 한류의 철학을 개방성, 통일성, 돌발성, 건강미, 휴머니즘이라는 다섯 가지 미학적 코드로 설명하였다. 예를 들면 '통일성'이란 차이를 조화롭게 공존시키는 것을 말하며, 이러한 코드가 한류 콘텐츠의 완성도를 높였다고 보았다. 또 그는 방탄소년단의 노래와 댄스를 예로 들어 그것이 R&B, 랩, 힙합 그리고 댄스라고 하는 이질적 요소의 조합이라고 분석하였다. 이러한 이질적인 요소들의 차이를 인정하고 연결시켜 시너지를 내는 것이 한류라는 것이다. 그리고 그는 할리우드 스타들과는 대조적으로 한류 스타들이 온후한 인간미를 갖추고 있다고 보고 그 점에서 휴머니즘이 한류 철학의 또 한 가지 미학적 코드라고 주장하였다.(복지 TV 강연 참고 http://www.wbcb.co.kr/, 2020.7.9)

3. 「'한류'에 내재한 '고대풍류정신(風流精神)'의 다원성 연구」
(성기욱 등, 『Culture and Convergence』 41(5), 2019)

저자들은 21세기 세계문화의 아이콘으로 등장한 '한류'의 출현과 발전, 그리고 확산이라고 하는 현상을 한국 고대의 풍류정신으로 설명하고자 하였다. '한류'의 성장과 발전의 원인이 한국인들의 풍류정신에 있다는 것이다. 이들 저자가 말하는 풍류정신이란 한국의 고대 풍류도를 말하는데, 단군신화와 부여의 제천의식, 그리고 신라의 화랑도에 나타나는 천인합일, 신명, 조화 등의 정신문화를 말한다.

4. 「한류의 전개와 글로벌 수용의 변화」(장원호, 『지식의 지평』 27, 2019. 11)

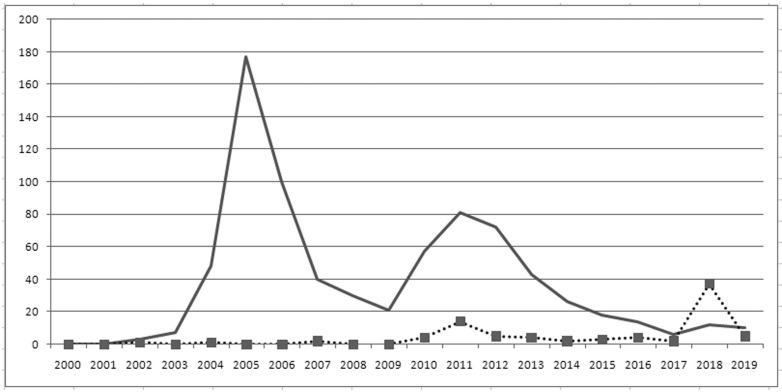
이 논문은 한류성공의 주 원인을 두 가지 측면에서 조명하였다. 하나는 미디어 환경의 변화이며 다른 하나는 한국 사회의 압축적 근대화이다. 미디어 환경의 변화란 유튜브의 발전, 페이스 북 등 소셜미디어의 일상화, 디지털 위성방송의 상용화 등을 말한다. 그리고 한국사회의 압축적 근대화란 한국 사회가 신속한 근대화를 이룩해온 과정을 말하는데 그 과정에서 한국인들은 일본적인 것, 유럽적인 것, 그리고 미국적인 문화를 받아들여 문화적 다양성을 갖게 되었다고 보았다. 문화적 다양성을 저자는 '혼종성' 혹은 '혼종적 문화'로 설명하였는데 이것이 한류의 가장 큰 매력 요인이라고 주장하였다.(6-7쪽) 한편 저자는 한국 드라마가 사랑과 가족주의를 강조한 점을 주목하기도 하였는데(10쪽) 여기서 가족주의라는 것은 유교로부터 영향을 받은 가족주의라고 할 수 있으나 저자는 '유교'에 대해서 직접 언급하지는 않았다.

5. 「글로컬 문화로서 일본 한류에 관한 소고」(조규헌, 『일본문화연구』 69 2019.1)

이 논문은 한류 콘텐츠에 들어 있는 문화적 혼종성을 주목하였다. 저자는 한류의 초국가적인 문화적 공감대는 바로 이러한 문화적 혼종성에 기반한 것이라고 주장하고, 한류가 전통적인 가치와 현대적인 가치를 모두 수용하는 특징을 가졌다고 보았다. 예를 들면 그는 프랑스 일간지 르피가로(Le Figaro)가 방탄소년단을 가리켜 "유교 예절을 지키는 이 악동들은 개미처럼 일만하는 삼성의 한국이 중시하는 강한 의지와 엄청난 연습 덕에 정상에 이르렀다"고 언급한 사실을 들어 한류 콘텐츠에는 '유교 예절'이라고 하는 전통적 가치가 담겨있고 동시에 현재의 '트랜드(trend)'도 함께 하고 있다고 지적하고, 문화적 혼종성을 한류 콘텐츠의 매력 포인트로 들었다.(306쪽)

3. 일본의 '한류' 연구

일본의 학술 논문사이트(CiNii, http://ci.nii.ac.jp/)에서 '한류(韓流)'와 'K-pop'으로 검색하여 그 결과를 다음과 같이 그래프로 만들었다.(학위 논문은 제외되었으며, 일반 주요 잡지 기사가 포함됨) 실선은 '한류', 점선은 'K-pop'이다.



그래프를 보면 '한류' 연구는 두 번의 큰 상승기를 거쳤다. 첫 번째는 2004-2005년이며, 두 번째는 2010-2011년이다. 전자는 제1차 한류붐, 후자는 제2차 한류붐으로 불린다. 1차 한류붐은 겨울연가로 시작된 한국 드라마 붐이며, 2차 한류 붐은 소녀시대, 카라, 빅뱅 등 한국 가수들이 일으킨 K-pop 붐이었다. 요즘은 즉 2017년 이후는 제3차, 제4차 한류붐이 일어나고 있다고 한다. 3차붐은 트와이스와 방탄소년단의 인기와 함께 일본 청소년층에 유행하는 한국 음식, 화장품, 패션 붐이며, 4차 한류붐은 중년 남성들, 특히 일본의 주류 남성들에게서 유행하는 한국 문화 붐이다. 영화 〈기생충〉으로 호감을 갖게 된 일본의

오피니언 리더들이 넷플릭스를 통해서 방영되는 〈사랑의 불시착〉, 〈이태원클래스〉에 빠지면서 일본 사회에 널리 화제를 불러일으키고 있다.

이러한 한류 유행과는 달리 그래프 상으로 볼 때 2017년 이후에는 '한류' 연구의 증가폭이 매우 미미한 편이다. 전체적으로 볼 때 한류에 대한 일본인들의 연구는 줄어드는 추세라고 할 수 있다. 2019년에 한류 관련 연구는 10건이 발표되었다.

2018년 하반기에 한국 법원이 일제시대 한국인들의 강제징용에 대해서 '일본기업에 배상의무가 있다'는 판결을 내렸다. 이에 일본 정부가 반발하여 한일 관계가 악화되었으며 급기야 2019년에는 두 나라간의 경제적 갈등이 폭발하였다. 일본은 주요 공산품의 한국 수출을 금지하고 한국 국민들은 일본제품 불매운동으로 맞섰다. 이 때문에 외교적, 정치적으로 한일 관계는 최악의 한해였다. 학계에서는 이러한 영향을 받아 일반 시민사회에서의 한류 붐과는 별도로 한류에 관한 관심과 연구가 많지 않았다고 할 수 있다.

한편 K-pop을 보면 2019년에 방탄소년단은 여러 차례 일본에서 스타디움 투어 공연을 성공적으로 진행하였고, 오리콘 차트 1위에 오르는 등 활발한 활동을 하였다. 여성 걸그룹 트와이스도 2019년 한국 걸그룹 최초로 일본 돔 투어 추진하여 한일간의 정치적 갈등이 무색할 정도로 일본 활동은 여전히 왕성한 한해였다.

하지만 점선으로 표시된 K-pop 연구 상황을 보면 2018년에 급격히 늘어났던 연구가 2019년에는 다시 줄어들었음을 알 수 있다. K-pop만을 보면 K-pop은 두 차례의 붐을 거쳤다. 첫 번째 붐은 2010~2011년의 1차 붐이며, 2018년의 2차 붐이다. 2019년의 K-pop 연구 성과는 2018년에 비해 줄었기는 하나, 평년 수준이라고 할 수 있

는 5건이 발표되었다.

주요한 '한류' 연구를 살펴보면 다음과 같다.

1. 「개인적인 체험과 학생에게 듣는 한국엔터테인먼트의 침투와 정착」(中町綾子, 『Galac』603, 2019.9)
2. 「한일관계가 악화되고 있는 지금이야말로, 콘텐츠에 죄가 없다. 좋은 것은 좋다는 재인식을」(古家正亨, 『Galac』(603), 2019.9
3. 「급히 확대되는 아시아의 건강 미식 시장: 한류, FTA로 한국은 약진, 일본은 지체」(成瀬道紀, 『金融財政business』 10810, 2019.3.18.)
4. 「욘사마붐에서 16년, 왜 지금 K-문학, K-pop이 인기인가」(金承福 등, 『中央公論』 133(11), 2019.11)
5. 「붐의 배경에 있는 한국의 국가적 콘텐츠 전략이란」(黃仙惠, 『Galac』603, 2019.9)
6. 「한류는 대외 우민화 정책」(室谷克実, 『Hanada』(39), 2019.8)
7. 「국민감정이 헌법이 되는 한류」(呉善花, 『Will：マンスリーウイル』 169, 2019.1)

위 자료 중 5번의 연구는 한류 붐의 배경에 있는 한국 정부의 국가적 전략을 다루었는데, 이런 관점은 일본의 학계나 방송계에서 자주 목격할 수 있다. 우리나라 정부가 민간의 문화활동을 지원하는 일이 전혀 없다고는 할 수 없으나 일본은 이점을 다소 과대평가하는 경향이 있다. 일본사회가 정부나 국가의 역할을 중시하기 때문인 것으로 보인다. 6번과 7번의 연구는 반한 감정을 바탕으로 한류를 평가한 경우라고 할 수 있다.

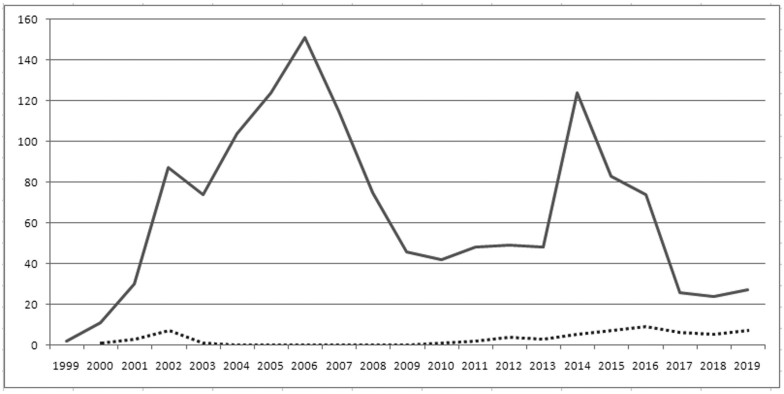
학계 안에서의 한류 연구는 침체되어 있지만, 학계 바깥의 사정을 살펴보면 일본사회의 한류에 대한 관심은 여전히 폭발적이다. 일본 야후(https://www.yahoo.co.jp/)에서 '한류(韓流)'를 검색하니,(2020년 7월

10일 기준) 1일 이내 업로드(최종 갱신일 기준) 자료가 약 50만건, 1개월 이내 업로드 자료는 약 1,300만건이 검색되었다. 지난 1년간 총 5,340만건 정도의 글이 검색되었다.

논문사이트 CiNii에서 2019년에 '한류'와 '유교'를 논한 기사는 1편도 보이지 않지만, 야후에서 지난 1년간(2019.7.10.–2020.7.9) 기록을 검색을 해보면 '한류'와 '유교'를 함께 언급한 문장이 거의 1만건에 육박한다. 정밀한 검색이 아니기 때문에 잡다한 다른 기사도 섞여 있으나 한류와 유교를 같이 언급한 글은 우리 상상을 초월할 정도로 많다. 많은 기사 중에는 '유교의 나라 한국', '한국은 유교의 나라이기 때문에…', 혹은 '유교의 나라에서는 있을 수 없는…' 등의 표현이 자주 등장한다. 한국은 유교의 나라이며, 한류는 그런 나라에서 생산된 문화이기 때문에 유교문화의 산물이라고 하는 인식이 매우 보편적으로 받아들여지고 있음을 알 수 있다. 다만, 일반 기사 중에 검색되는 자료이므로 한류와 유교의 관계를 깊이 있게 논한 경우는 매우 드물다.

4. 중국의 '한류' 연구

다음 표는 중국의 학술 논문사이트(CNKI, 中國知網, http://www.cnki.net/)에서 '한류(韓流)'와 'K-pop' 혹은 한국유행음악(韓國流行音樂)라는 단어를 검색한 결과를 표로 그려본 것이다.(이 사이트는 신문기사 데이터도 포함되어 있음.)



실선은 '한류'를 검색한 결과이며, 점선은 'K-pop' 혹은 '한국유행음악'을 검색한 결과다. 검색방법은 '편명(篇名)', 즉 글 제목에 검색대상 단어가 포함되어 있는지를 검색한 것이다.

표를 보면 중국의 한류 연구는 2001년부터 2002년 사이에 1차 상승기가 있었고, 2004년부터 2006년까지 2차 상승기, 그리고 2013년부터 2014년 사이에 제3차 상승기가 있었다. 2002년에는 〈가을동화〉가, 2005년 말에서 2006년 초에는 〈대장금〉이 중국 전역에 방영되었으며, 2014년에는 〈별에서 온 그대〉가 중국에서 큰 인기를 끌었다. 그 이후에는 한류 연구가 줄어들기 시작했는데, 특히 2017년부터는 '한한령'의

여파로 극히 저조하게 되었다.

K-pop 연구는 한류 연구에 비교하면 그 양이 매우 적다. 2000년에 시작되어 2002년(7편)에 1차 상승기가 있었고, 2012년(4편)에 2차 상승기, 그리고 2015년(7편)-2016년(9편)에 3차 상승기가 있었다. 이후 조금씩 줄어들다가 2019년에 7편이 발표되었다. 중국의 한류는 사실상 K-pop에서 시작되었다. 1998년 H.O.T나 베이비복스 등 한국가수들의 북경공연이 이어지면서 '한류'라는 단어가 등장하고 이후로도 청소년들 사이에 큰 영향력을 발휘하고 있으나 중국 학계의 K-pop에 대한 관심은 매우 저조한 편이다.

2019년에 중국에서 발표된 '한류'와 'K-pop' 관련 주요 논문을 소개하면 다음과 같다.

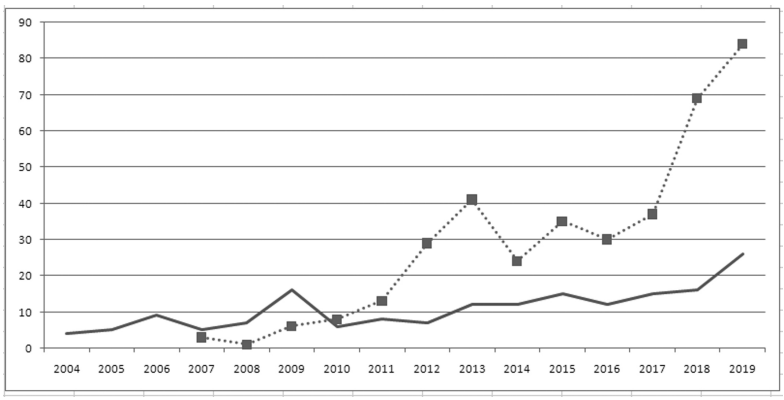
1. 「'주방 예능'이 신한류가 되었다」(济冬등, 〈环球时报〉, 2019.11.27.)
2. 「소비주의적 관점에서 본 중국 한류팬의 소비행동 연구」 (李涵, 『新媒体研究』, 2019.11.25.)
3. 「중국인의 '한류'에 대한 태도와 원인 초탐」 (张德地, 『艺术科技』, 2019.7.18.)
4. 「'한류'가 대학생의 가치관에 미치는 영향과 대책 연구」(张燕妮, 『传播力研究』, 2019.4.20.)
5. 「한류 음악의 세계적 유행의 배경」(字然, 『黄河之声』, 2019.4.12)
6. 「한국대중음악의 중국대중음악에 대한 계시」 (万涵, 『戏剧之家』, 2019.8.10)
7. 「한국 대중음악 브랜드의 중국내 마케팅 확산 전략」 (宋银玲, 『现代营销(经营版)』, 2019.4.1)

이 가운데 3번의 논문은 '한류'에 대한 중국인의 태도를 논하였는데, 저자는 한류가 중국내에서 영향력을 갖게 된 원인중 하나로 중국문화와의 동질성을 꼽았다. 그는 한·중 두 나라는 동일한 유교문화를 배경으로 하고 있는데, 한류 문화 상품 중에 그러한 유교문화가 잘 구현되어 있어 그러한 요소가 중국인들이 한류를 쉽게 받아들이게 한다는 것이다. 저자는 두 나라 국민들은 서로 유사한 감정과 사유구조를 가지고 있다고 보고, 부모와 자식 간의 애정이나 친구간의 우정, 남녀 간의 사랑 등에서 가치관과 감정 구조가 기본적으로 서로 통한다고 보았다. 그리고 드라마 〈응답하라 1988〉을 예를 들어 이러한 드라마가 중국에서 크게 환영을 받은 점이 그러한 문화적 동질성을 잘 설명해준다고 하였다.(117쪽)

한편, 5번 논문은 K-pop의 세계적인 유행 배경을 1) 음악적 특징, 2) 아이돌 가수의 양성 시스템, 그리고 3) 팬덤의 호응으로 인한 세계적인 확산의 3가지 측면에서 논했다.(144쪽) 이 중에서 K-pop의 음악적인 특징으로 중독성 있는 리듬과, 힙합, 댄스, R&B 등 여러 종류의 음악을 하나의 곡에 담아서 들려주는 방식 등을 들었다. 다만 이 논문은 1페이지 정도로 너무 짧아 더욱더 깊이 있는 논의가 이루어지지 못한 점은 아쉽다. K-pop이 음악적으로 다양한 요소를 하나의 곡 안에 담으려는 노력은 유교철학과 관련지어 설명할 수 있을 것이나 저자는 더 상세한 논의는 하지 않았다.

5. 영어권의 '한류' 연구

여기서는 영어권 논문 사이트 EBSCOhost(인문사회과학 분야 저널 색인, http://www.ebsco.com)를 검색하여 한류 연구 상황을 살펴보기로 한다. 이 사이트는 각 분야의 저널 초록, 원문 등을 모은 곳으로 인문사회과학 자료는 ASC(Academic Search Complete)에서 검색해볼 수 있다. 여기에는 논문 외에도 일반 잡지의 기사도 일부 포함되어 있다. 검색 결과를 다음과 같은 표로 만들었다.(2018년 이전 데이터는 2019.11.13에 2019년 데이터는 2020.7.11에 조사하였다.)



일부 데이터 가운데 영어 이외의 언어는 제외하였으며, 주제와 거리가 먼 데이터 역시 제외하였다. 특히 2019년의 경우 '한류(Hallyu나 Korean wave)로 검색하여 41건이 검색되었지만 주제와 밀접히 관련되지 않은 자료는 제외하고 26건만 채택하였다.

표를 보면 실선의 경우 'Hallyu' 혹은 'Korean wave'로 검색한 결과이며 점선은 'K-pop' 관련 자료이다. 2019년 한류는 26건, 'K-pop'은

84건이 검색되었다. 모두 직전해인 2018년 보다 급증하였음을 알 수 있다. 특히 K-pop 연구는 한류 연구보다 3배 넘은 수치를 보여주고 있다.

K-pop 연구를 세분해보면 가수들 연구가 36건, 팬덤 연구가 5건, 기타 주제 연구가 43건이다. 가수들에 대한 연구는 BTS가 15건, 블랙핑크(Blackpink)가 8건, 트와이스(Twice)가 3건, 기타 가수들이 10건이다. 이 수치는 'K-pop'이라는 단어로 검색한 경우로 'K-pop'이라는 단어를 쓰지 않은 경우는 검색 결과에 포함되지 않는다. 그런 경우가 예를 들면 블랙핑크는 3건, BTS는 20건 넘게 발견된다. '한류'도 마찬가지다. 'Hallyu' 혹은 'Korean wave'라는 단어를 쓰지 않고 한국의 드라마를 주제로 삼아 발표한 경우가 5건 이상 검색된다. 그러므로 이 조사는 2019년에 한류나 K-pop 연구가 정확히 몇 편이 발표됐는지 하는 정보를 알려주는 것은 아니다. 전년도와 비교하여 연구 추세의 대강을 알려주는데 의의가 있다고 할 수 있다.

실선으로 보여주는 한류의 연구 추세는 점진적으로 조금씩 우상향으로 나가고 있다. 2019년도는 이전의 해보다 조금 급격히 상승하는 모습을 보여주는데 이는 멀티미디어 엔터테인먼트 OTT 기업인 넷플릭스의 한국 드라마 영화 등 스트리밍 서비스와 봉준호 감독의 영화 〈기생충〉의 영향으로 보인다. 봉준호 감독을 직접적으로 논한 논문은 1편이 발표되었다.

점선으로 보여주는 K-pop 연구의 추세는 2012년-2013년의 첫 번째 급상승에 이어 2018-2019년의 두 번째 급상승의 모습을 보여주고 있다. 첫 번째는 싸이의 강남스타일의 전 세계적인 유행의 영향으로 보이고, 두 번째는 역시 BTS의 세계적인 인기에 기인한 것으로 보인다.

물론 그렇다고 개별 연구는 BTS에 집중된 것은 아니고 K-pop의 다양한 여러 분야에 걸쳐 이루어지고 있다.

이러한 한류 관련 연구 중 일부를 소개하면 다음과 같다.

1. 「한류 연구의 지형:국제 연구에서 한류에 관한 학술 담론 분석」 (Seok-Kyeong HONG 등, Korea Journal, Summer 2019, 59(2).
2. 「문화 산업에서 증가하는 기회와 가치: 한류의 성공적인 클러스터와 의미에 대한 비교 분석」(Hwy-Chang Moon, *Kritika Kultura*, 2019)
3. 「한국의 공연 예술 산업화와 세계화의 길」 (Man-Soo Cho, *Kritika Kultura*, 2019)
4. 「한류의 팬덤-디지털 네트워크 시대의 부족집단:BTS 아미의 사례.」(WoongJo Chang 등, *Kritika Kultura*, 2019)
5. 「한류우드:글로벌 영화산업에서 한국의 비교 우위」 (Miroudot, Sébastien, *Kritika Kultura*, 2019)
6. 「한류의 다음단계 성장 전략: 글로벌 엔터테인먼트 기업의 비교 분석」(Lee, Yeon W.등, *Kritika Kultura*, 2019)
7. 「기술의 발전과 보호주의의 관계: 한국에서 MP3 플레이어에서 스마트폰으로의 평탄치 않은 진화(Parc, Jimmyn, *Kritika Kultura*, 2019)
8. 「근대성의 환상: 라틴 아메리카에서의 한국 TV 드라마」(Han, Benjamin M, *Journal of Popular Film & Television*, Jan-Mar2019, 47(1))

위의 자료에서 보듯 대부분의 논문은 필리핀에서 발간하는 반년간 전자저널인 Kritika Kultura와 한국에서 발간하는 Korea Journal에 실려 있다. 저자들도 한국계인 경우가 적지 않다. 한류 연구가 아직은 영어권의 변방에 머물러 있음을 알 수 있다.

수준급의 논문들이 실리는 EBSCO의 데이터에 한정하자면, 2019년에도 한류와 유교를 주제로 논문은 거의 없다. 다만 EBSCO에는 실

리지 않았지만 2019년에 발표된 다음의 문장들은 간략하나마 한류와 유교의 문제를 언급하고 있다.

1. 「한류 드라마를 통해 본 한국문화 속의 권력 격차」
(Elena BUJA, *International Conference RCIC'19*, Vlora, 2-4 May 2019)
: 루마니아 브라소브(Brasov Transilvania)

대학에 근무하는 이 저자는 드라마 〈태양의 후예〉를 분석하고, 한국사회에 잠재되어 있는 사람간의 불평등한 격차를 논한다. 그는 특히 한국문화가 엄청난 경제적, 사회적 발전에도 불구하고 여전히 공자의 가르침에 크게 영향을 받고 있으며, 효도에 대해 강조하고, 노인에 대해서 존중하며, 충성심을 중시하고 개인적 도덕과 용기를 강조하지만, 동시에 여성에 대한 억압적인 문화를 가지고 있다고 지적하였다.

2. 「한국에서 환영받는 근대 여성의 이미지」
(Yee Tung Wong, 〈The Public Ear〉, https://medium.com/, 2019.11.13.)

홍콩 국적의 여성인 저자는 소셜 네트워크에 올린 간단한 이 수필에서 유교문화가 한국인의 사고방식에 깊이 내포되어 있으며, 그것이 한국의 미디어 콘텐츠 제작에도 영향을 미치고 있다고 지적하였다. 예를 들면 제작자들은 K-드라마의 캐릭터 설정과 스토리 플롯을 통해 여성의 이미지를 복종적이고 나약하게 구성하려고 하며, 여배우를 약하고 수동적인 위치에 두려는 경향이 강하다고 주장하였다.

3. 「부드러워지거나, 강해지거나: 한국 남성들의 변신」(Marius Carlos, Jr., https://www.breakingasia.com/, CULTURE, Korea, Jan 26, 2019)

필리핀의 저널리스트인 이 글의 저자는 BTS 등 한국 가수들이나 드라

마에 등장하는 부드러운 남성 이미지에 주목하였다. 과거의 강인한 남성에서 부드러운 남성으로 변모하고 있는 한국인들의 '남성다움'에 대해서 그는 "여러 가지 요소가 조합되어 형성된 것이기는 하지만 그 핵심은 놀랍게도 유교적인 영향, 즉 중국문화의 영향"이라고 보았다. 특히 유교의 '문(文)'에 의한 '부드러운' 남성다움이라는 것이다. 이러한 남성성은 "본질적으로 총명하고, 세련되며, 신사적이고, 겸손한 것이다. 이러한 남성은 또 자제력을 가지고 있으며, 자신의 일에 능숙해야 하고 인간적으로도 탁월하다는 점을 보여주어야 한다."고 지적하였다.

6. 맺음말: '한류와 유교'

이상 2019년에 발표된 한류 관련 논문들의 발표 추이와 일부 논문의 내용을 대략적으로 살펴보았다. 특히 '한류와 유교'의 관련성을 논한 논문에 주목하여 소개하였다. 이 해에도 한류와 유교를 전문적으로 논한 연구는 없었다. 다만 중국어권, 영어권, 그리고 일본 등지에서 '한국의 문화는 유교문화의 영향을 강하게 받았다'는 인식이 널리 퍼져 있다는 것을 확인할 수 있었다. 여러 저자들과 자료에서 그러한 인식이 전제되어 있음을 알 수 있었다. 굳이 유교라고 밝히지는 않은 경우도, 한류가 유교적인 윤리 도덕을 중시하고 있음을 암시한 한 발표가 적지 않았다.

최근에 국내외의 학계에서는 한류 콘텐츠가 다양성을 중시하고 문화적 혼종성을 바탕으로 생산되고 있음을 주목하는 논문들이 여러 편 발표되었다. 이러한 한류의 특징도 유교의 철학 사상과 결부하여 깊이 있게 논할 수 있을 것이나 이러한 시도는 아직까지 보이지 않는다. 성리학이라 불리는 신유교는 송나라(960-1279) 이후의 산물이지만 공자 시대의 유교는 우리나라 고구려(B.C. 37-668) 역사보다 빨리 한반도에 전해졌다. 그 이전의 원시유교는 단군시대의 역사와도 함께 할 정도로 역사가 깊다. 중국은 그런 유교를 한때 버리기도 하고 변형시키고 외면하기도 하였지만 한반도 사람들은 꾸준하게 공적인 장소에서나 혹은 사적인 장소에서 온갖 삶과 함께 해왔다.

유교는 '중국'만의 사상문화가 아니다. 동북아시아의 지역사회가 고대부터 공유해온 생활의 철학이자 문화였다. 그 뿌리는 '중국'이나 '한국'의 역사보다 더 깊다고 할 수 있을 것이다. 한류에 보이는 유교적

인 모습은 결코 부끄러운 것이 아니다. 한국 학계의 논문들 사이사이에 보이는 유교 회피, 혹은 멸시나 무시의 모습을 보면서 느낀 점이다. 한류를 둘러싼 철학적 논의에 깊이가 없음은 역시 우리가 '유교'를 아직 잘 모르기 때문이지 않을까 생각해본다.