

필리핀의 한류수용 특징

The Characteristics of Reception of Hallyu in the Philippines

허윤정*, 송정은**, 장원호***

동국대학교 사회학과*, 서울시립대 도시사회학과 SSK 글로벌문화와 지역발전연구원**,
서울시립대 도시사회학과***

Yoon Jung Hur(hyj12@dongguk.edu)*, Jung Eun Song(jesong27@uos.ac.kr)**,
Wonho Jang(wjang@uos.ac.kr)***

요약

본 연구는 필리핀 한류 조사를 바탕으로, 필리핀의 한국에 대한 인식과 한국문화수용의 특징을 살펴보고 필리핀의 한류수용의 특징과 배경을 파악하는데 목적이 있다. 이를 위해, 본 연구는 필리핀 현지 대학생과 한국에 거주하는 필리핀인을 대상으로 FGI 조사, 문헌연구 및 통계자료 분석을 실시하였다. 필리핀과 한국은 한류를 매개로 교류를 한층 강화하고 있지만, 한편 코피노 및 한국인 상대 범죄 등 갈등요소도 지속적으로 늘어나고 있다. 따라서 필리핀인을 대상으로 한 한류연구는 향후 양국간 사회문화적 관계를 예측하는데 있어 중요한 변수가 된다. 본 연구는 필리핀 현지 대학생과 한국 거주 필리핀인의 한류 문화소비의 인식, 태도, 행동에는 차이가 있었으며, 두 집단 모두 '한국인과의 접촉경험'이 한국과 한국문화를 인지하는데 매우 중요한 요소임을 나타내었다. FGI 조사 참여자들은 한국드라마 관람, 한국어 공부, 그리고 주변 한국인과의 관계형성을 위해 노력하였다. 필리핀과 한국의 관계가 향상되기 위해서는 한류가 한국문화의 특징뿐만 아니라 보편적 문화로서의 가치를 높여야 할 것이다. 이를 통해, 필리핀 문화에 대한 이해를 높이고 문화적 관계를 발전시키기 위해, 향후 한국문화의 전반을 아우르는 한류 3.0이 현지의 일상문화로 뿌리내릴 수 있도록 노력해야 할 것이다.

■ **중심어** : | 필리핀 한류 | 한류 3.0 | 문화관계 | 사회적 교류 | 반한류 |

Abstract

This study aims to understand the background and characteristics of receiving Hallyu based on the cognitions and attitudes toward Korea and Korean culture in the Philippines. With the background of Business Hallyu and Cultural Hallyu between the two countries, this study conducted the Focus Group Discussion(FGI) research, literature research and analyzed the statistical resources. The economic and cultural exchanges between Korea and the Philippines have been increased by the effect of Hallyu, but the socio-cultural conflicts, such as Kopino issue, crimes related to Koreans have been also grown. Thus, the Hallyu research focused on the Philippines is necessary, and it will be a crucial variable to forecast the socio-cultural relationship between Korea and the Philippines. The FGI research recruited participants in both undergraduates in the Phillipines and the Filipino migrants in Korea. The FGI participants of each group shows the differences of cognitions, attitudes, and actions to consume Hallyu, and the participants of both groups agrees that experiences of contacting Koreans influence on understanding Korea and its culture. The FGI participants have tried to watching Korean dramas, learning Korean languages, and building relationships with Koreans in order to adjust Korean culture. In order to improve the relations between Korea and the Philipines, Hallyu needs to promote its values as the unique culture and also universal culture in the world. Korea should increase understanding of the Filipino culture to overcome cultural differences and make efforts on localize the Hallyu 3.0 in the Phillipines.

■ **keyword** : | Hallyu in the Philippine | Hallyu 3.0 | Cultural Relation | Social Interchange | Anti-Hallyu |

* 본 연구는 2014년도 정부재원(교육과학기술부 사회과학연구지원사업비)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었습니다(NRF-2014S1A3A2044638).

접수일자 : 2015년 10월 19일

심사완료일 : 2015년 12월 18일

수정일자 : 2015년 11월 30일

교신저자 : 장원호, e-mail : wjang@uos.ac.kr

I. 서 론

한류(韓流) 현상은 드라마와 가요, 영화를 통해 동아시아를 중심으로 1990년대 후반부터 본격적으로 나타났다. 이후 아시아를 넘어 전 세계로 확장된 한류는 현재 한식 및 전자제품, 한국패션 및 화장품, 각종 공연, 한국어, 관광지, 온라인 게임 등 문화요소 전반에 대한 호감으로 발전하고 있다. '2014 한류백서'에 따르면, 2013년 한류의 총 수출효과가 6조4873억 원, 부가가치 유발효과가 4조6897억 원 등 한류의 경제적 파급효과가 총 12조 5598억 원에 이른 것으로 나타났다. 한류는 해외에서 한국 대중문화를 좋아하고 동경하는 현상이라 할 수 있는데 문화적인 현상이면서 동시에 경제적인 현상으로서 다면적인 특성을 지닌다고 볼 수 있다.

최근의 '한류 3.0'은 한류가 더 이상 대중문화 범위에서 방향성을 찾는데 그치지 않고 역사, 인구, 교육, 교역, 노동, 금융, 범죄 등 사회전반의 제반요소들과 함께 다루어져야 함을 시사하고 있다. 문화체육관광부에 따르면, "한류 3.0은 타 산업과의 융합적 한류로서, 문화전반으로 영역 및 지역경계를 확대하여 소비자가 선택적 콘텐츠를 즐기고 생활 일부로 느끼는 형태"이다[1]. 한류 3.0은 한류의 콘텐츠를 기존의 대중문화콘텐츠에서 전통문화, 음식, 스포츠, 관광, 패션, 디지털 기술 등 한국문화 전반에 걸쳐 일상문화콘텐츠로 확대한 것으로 볼 수 있다.

한류의 성공 요인에 대한 다양한 관점 중 하나는 혼종성으로 전통문화와 현대문화의 결합뿐만 아니라 한국문화의 정체성과 글로벌 문화의 다양성이 결합한 형태로 나타나고 있다. 한류 3.0은 혼종성을 바탕으로 산업 간의 융합을 활성화하여, 한류의 장르를 한국 드라마와 케이팝을 넘어 한국의 전통문화, 일상문화, 기술문화 등으로 확대하였다.

한류문화의 흐름이 초국가적으로 확산되고 있지만 한국과 한류수용국가와의 문화적 관계는 다양한 요인에 의해 이중적인 면모를 보인다. 한류문화콘텐츠에 대한 호감은 한국산 제품, 한국문화, 한국인 그리고 한국의 국가이미지에도 긍정적인 영향으로 이어지지만, 한국과 한류수용국가 간의 정치, 경제, 사회, 문화적 관계

는 한류문화콘텐츠의 호감과 달리 부정적인 태도를 나타낸다. 즉 문화적 이슈는 단순히 산업적 측면의 요소들로만 파악하기에는 범위가 부족하다. 교류와 소통의 근간이 지속되어야 특정한 문화적 형태의 모습을 뿌리 내릴 수 있다. 일방향의 문화적 흐름은 일상적으로 반대적 분위기를 맞닥뜨리게 된다. 동남아시아의 경우, 대규모의 반한류 현상은 드러나지 않지만 지역 내에 한류의 부정적인 영향력은 일부에 의해 제기되고 있다.

우리가 본 연구에서 관심을 갖는 필리핀의 경우는 이와는 좀 다른 양상을 보이고 있다. 필리핀은 2000년대 초중반에 동남아시아 내에 한류가 확산될 수 있었던 거점역할을 한 지역으로, 필리핀에서는 한류가 2000년대 초부터 시작되었다. 2005년부터 시작된 한국 드라마의 유행은 케이팝으로 이어졌으며, 필리핀에서 한류는 10대 남녀와 20-30대 젊은 여성을 위한 대중문화라는 인식이 높다. 필리핀 한류 문화콘텐츠 수용자들은 한류의 혼종성과 콘텐츠의 제작능력을 높이 평가하고 있다.

필리핀에서는 본격적인 반한류 현상을 보이고 있지 않지만, 한류와 한국인에 대해 이중적인 판단의 태도를 보이고 있다. 즉, 전반적으로 한류현상에 대해 긍정적인 반응을 보이고 있는 반면 한국인에 대한 이미지는 다소 부정적인 모습이 깔려있다. 이는 90년대 말 이후 한국인 관광객 및 어학연수생들이 폭발적으로 증가하면서 일부 한국인들의 다소 부정적인 형태의 행태들이 등장하는 것과 관련이 깊다. 최근 한국인을 상대로 하는 범죄 현상이 늘어나는 것도 이와 무관치 만은 않다.

필리핀의 한류 수용자에 대한 선행연구는 청소년과 성인을 대상으로 설문조사를 통해 한류 팬들의 문화코드와 소비성향을 파악하며 소비태도를 결정하는 요인에 집중하였다[2][3]. 두 편의 연구는 필리핀 한류의 현황을 파악할 수 있는 점에서 의의가 크지만, 반한류의 가능성은 거의 다루지 않았고 필리핀 한류가 지속되기 위한 전략을 제시하는데 그치고 있다.

따라서 본 연구는 한류를 유행하는 대중문화콘텐츠 이상의 한국과 필리핀의 문화 교류를 활성화 시킬 수 있는 매개체로 이해하고, 필리핀인의 한류 수용 특징과 향후 반한류 현상이 일어날 가능성에 대해 논의할 것이다. 이를 위해, 양국의 문화관계를 양국 간의 상호문화

에 대한 인지와 선호 및 취향에 대한 이해와 서로의 문화를 접하며 가교형 관계를 형성 및 촉진할 수 있는 환경으로 제한적으로 이해하며, 한국과 필리핀 문화 간의 문화적 유사성과 차이를 직접 경험한 필리핀인들의 한국문화 수용과정을 살펴볼 것이다. 이는 한국문화를 수용하는 과정에서 갈등요소를 최소화하고 한국문화수용의 범위를 넓혀 긍정적인 이미지를 형성할 수 있는 방법을 제시할 수 있기 때문에 중요한 의미를 지닐 것으로 판단된다.

본 연구는 집단 초점면접과 개별 심층인터뷰를 병행하여 한류 현상에 대해 필리핀인들이 보이는 태도에 대해 분석하고, 이와 동시에 한국인들에게 갖는 여러 가지 태도에 대해 다면적으로 추론하여 향후 반한류 현상이 일어날 가능성에 대해 논의한다. 본 연구는 필리핀인의 한류 수용에 대한 이해와 함께 한류가 현지의 문화와 소통하며 문화적 관계를 발전할 수 있는 방안을 제시할 수 있다는 점에서 의의가 높다.

II. 논의의 배경

1. 한류의 발전과정과 한류3.0

1990년대 후반에 중국과 일본에서 시작된 한국 대중문화콘텐츠의 유행은 점차 아시아를 비롯한 전 세계로 확산되었다. 한류가 확산될 수 있었던 배경요인은 세계적으로 국제관계, 경제교류, 뉴미디어, 문화교류 및 소비의 증가, 인적자원의 이동 등 초국가적 변화와 이에 대응하는 한국의 경제와 문화분야의 개방과 수용력이었다[4]. 이러한 배경요인은 아파두라이가 강조한 “에스노스케이프(ethnoscapes), 미디어스케이프(mediascapes), 테크노스케이프(technoscapes), 파이낸스스케이프(financescapes), 이데오스케이프(ideoscapes)”의 초국가적 흐름에 의한 것으로[5], 한국 사회는 1990년대부터 세계화라는 정책기조에 직면하며 경제와 문화분야에서의 국제적 이동 및 관계형성이 급격히 이루어졌다. 문화적으로, 아시아 내에 문화교류의 다양화[6], 한국과 한류 수용국가와의 문화적 근접성(Cultural Proximity)과 차이, 그리고 전 세계적으로 여

성과 청소년의 문화소비 증가 등에 의해 한류는 빠르게 확산되었다. 세계화는 한국문화가 초국가적 변화의 흐름 속에서 한국의 정체성을 유지하면서 창조적인 문화를 생산하는 한류의 혼종성을 촉진하였으며[7], 이는 한국문화의 경쟁력을 상승시키는 계기가 되었다[8].

한류의 성공은 한국과 타 지역 간의 관계적 변화와 상호작용의 혼종적인 결과물로서, 문화적 할인 및 문화적 근접성, 자본주의와 문화상품의 경제적 효과, 세계화로 인한 네트워크 및 교류의 확대 등에 의해 가능했다. 한류의 특징은 서구 문화의 세련됨과 아시아인들이 공감할 수 있는 현대화 및 동시대성, 문화적 감수성이 잘 혼합된 표현으로, 문화적 근접성만으로는 한류의 수용 원인 및 발전을 설명하기에 제한이 있다[9].

한류의 확산과정은 한류의 유행시기 및 지역, 유행장르, 전달매체인 미디어에 의해 크게 3단계로 구분된다. 초기 한류는 1990년대 후반부터 2000년대 초, 중반까지 동북/동남아시아 지역에서 한국의 영화와 드라마가 유행한 한류 1.0 단계이다. 2000년대 중반부터 2010년대 초반까지 한류 2.0은 이는 세계적으로 SNS와 동영상 스트리밍 서비스가 발전되어 중앙 아시아지역을 비롯하여 북미와 유럽으로 확산되었다. 케이팝의 세계적 유행에 힘입어 한류는 한국의 인지도를 향상시키며 한국산 제품이 세계 곳곳에서 매출이 급상승할 수 있는 후광효과를 나타내었다. 기업활동에 의해 꽃을 피운 한류 1.0이나 한류 2.0과는 달리, 한류 3.0은 정부의 어젠다로부터 시작되었다. 한류 3.0은 2010년대 초중반부터 현재까지 이어지고 있으며 한류의 경제적, 문화적 영향력을 바탕으로 전 세계에 한국의 대중문화를 포함한 한국문화 전반에 대한 인지 및 이해를 높이는 것을 목표로 하고 있다[10].

이는 곧 기존의 한류가 이룩해온 성과를 더욱 공고히 하고, 다양한 장르를 접목시킴으로써 한류의 지속가능성을 높이기 위한 전략적 판단이 뒷받침되었다고 말할 수 있다. 특히 박근혜 정부가 들어서면서 경제의 주요한 패러다임으로 내세운 ‘창조경제’와 한류 3.0이 직접적으로 연관된다는 면에서 정부의 지원 및 추진의지는 매우 강력하다고 하겠다[10].

또한 한류 1.0과 한류 2.0의 향유자가 갖고 있는 성격

을 한 마디로 말하면 ‘열광적’이라고 말할 수 있다. 이들은 대체로 어려서부터 디지털 네트워크에 익숙해온 디지털 네이티브이며, 그들이 익숙한 YouTube, Twitter와 같은 SNS를 기반으로 하여 한류에 대한 다양한 정보를 검색하고 공유함은 물론, 스스로 UCC로 재생산하기도 한다. 한국어를 필두로 한 제반 한국 문화에 대한 관심을 확대시켰다는 것은 간접적인 성과라고 말할 수 있다.

이러한 상황에서 정부에 의해 한류 3.0이 주창되었다. 한류 3.0은 다양한 장르로의 확산을 기반으로 하기 때문에, 향유자의 연령대가 한정적인 한류 1.0이나 한류 2.0과는 달리, 연령대의 폭이 훨씬 넓어질 수 있다는 장점이 있다. 자극적이고 트렌디한, 그래서 젊은 향유자들의 감성에 맞는 한류 1.0이나 한류 2.0과는 달리, 한류 3.0은 풍부하고 다채로운 한국의 문화를 경험해보고 싶은 다양한 연령층의 향유자들에게 적합한 부분이 많기 때문이다. 연령층이 다양하다는 것은 관심사 및 그에 대한 반응도 다양하다는 의미이다.

2. 문화변용

본 연구는 필리핀 현지인과 한국에 온 필리핀인들의 문화 수용의 차이를 이해하기 위해 관련된 문화 및 문화변용 등의 이론들을 살펴볼 필요가 있다. 베네딕트(Benedict)의 문화 유형(Patterns of Culture)에서 문화는 인간 개개인의 생각과 행동의 일관된 유형이라고 정의한다[11]. 또한 칙센트미하이(Csikszentmihaly)는 <몰입(Flow)론>에서 문화란 “우연적이고 임의적인 요인들이 우리 경험에 미칠 영향을 최소화하기 위해 설계된 방어기제”라고 규정했다[12]. 이들은 문화가 현실에 나타나는 사회적 제도가 아닌 인간의 머릿속에 있는 하나의 사고체계나 방식으로서 인지적 용이(cognitive ease)의 기능을 하는 것으로 정의하고 있다. 이렇듯 문화는 미시적 차원에서 본다면 개인의 인지적인 부분과 밀접히 관계를 맺고 있는 개념이다. 기존의 일상적인 생활양식을 문화로 규정짓는 추상적인 것에서 한 걸음 더 나아가 개인 사고의 차원에서 바라 본 문화를 구체화하여 제시하고 있는 것이다.

노벨상 수상자인 아마티아 센(Amartya Sen)은 “문화

를 고려하는 방식으로 자원과 자본을 파악하는 견해로부터 우리는 한 국가의 잠재 생산능력을 더 잘 파악할 수 있다”고 말했다[13]. 이 말의 의미는 변역을 위한 자본적 가능성은 어떤 나라의 현재 국민소득으로만 파악하는 것이 아니라, 변화의 수용가능성, 다양하고 혁신적인 생산의 가능성도 함께 파악해야 한다는 것이다. 그러므로 특정 지역의 자원과 자본에 투자하고 지원할 수 있는 것을 판단하는 것은 다름 아닌 마음의 모델(mind models)이라는 것이다

필리핀과는 관광과 유학, 교역 등의 초국가적 인적 문화 교류가 활발히 진행되면서 초국가적 문화적 융합의 교두보로서 음식이 갖는 의미도 커지기 시작하였다. 초국가주의적인 문화흐름은 탈국가적인 미디어와 문화 유입산업을 확대시켜 아시아인들의 대중문화 상품을 공유할 수 있게 되었으며, 국민국가의 경계를 넘어선 새로운 형태의 제작과 수용문화도 형성되고 있다.

3. 반한류

반한류 현상은 공교롭게도 한류가 초기에 발현되었던 일본과 중국에서 나타났다. 반한류 현상은 반한 감정과 한류의 유행에 대한 경계심으로 크게 구분할 수 있으며, 한류 문화콘텐츠와 한국문화 관련 부정적 이슈 외에도 한류 수용국가 내의 가치관과 사회적 이슈에 의해 반한류 현상이 일어난다.

반한류에 대한 선행연구는 대체로 중국과 일본 내의 반한류 현상을 분석하고 있다. 박정수는 반한류를 한류가 확산되는 과정에서 일어나는 문화적 차이에 의한 갈등요소이며[14], Kim[15]은 반한류를 부정적인 인지와 행동들, 예를 들어 증오와 거부와 같은 반응으로 설명하였다. 반한류 현상의 원인은 수용국 문화에 대한 이해없이 일방적인 한국문화콘텐츠의 확산, 한국문화산업의 폐쇄성 및 자국문화보호, 한류문화콘텐츠의 부족한 경쟁력, 그리고 한국과 한류수용국가 간의 정치적 사회적 관계와 같이 크게 4가지로 나눌 수 있다[16][17]. 이윤경[18]은 중국, 일본, 태국, 인도네시아, 싱가포르 등지의 반한류의 원인을 분석하였는데, 공통적 원인으로 한국에 대한 일반적 비판, 하위문화로서 청소년 문화에 대한 비판, 역사에 관한 오해와 갈등, 한국문화의

우수성의 지나친 강조와 일방적 커뮤니케이션에 대한 비판, 현지 내에 한류의 영향력으로부터의 두려움, 그리고 한국과 상호문화교류 활성화에 대한 희망 등이다.

신광철[19]은 인문학적 관점에서 반한류를 성찰의 기회로 고려하고 중국과 일본에서 일어난 한류 현상을 분석하였다. 2000년대 중반에 <만화 혐한류>로 시작된 일본 내 반한류의 경우, 일본의 반한류 실행자들은 비록 소수이지만 일본 사회 내에 한국의 위상제고와 한국 문화의 토착화 가능성에 대한 반감을 드러냈다. 일본의 학자 오구라 기조에 의하면, 2000년대 초반부터 일본 내에서 한국의 발전가능성을 인정하고 이를 배우려는 등 ‘플러스가치로서의 한국’의 이미지가 향상되었다. 이러한 현상에 대한 경계심은 한류 문화산업의 문제점이 아니라 한국에 대한 반감의 현상으로 파악할 수 있다. 한편 중국에서 2000년대 중후반부터 인터넷에서 청년들이 “외래상품이나 외국문물을 배척하여 이겨낸다”라는 의미의 저제한류¹⁾적 움직임을 보였다. 이는 일본과 달리 반한감정에 의한 반한-류가 아니라 외래문화인 한류의 유행이 현지 문화분야에 미치는 부정적 영향력에 대한 경계심으로서의 반한-류라 할 수 있다. 이를 바탕으로, 신광철은 반한류를 해소하기 위해서 한류 수용국과의 공감대 형성과 경쟁이 아닌 공동발전방향을 모색하고, 해외에서 한국과 현지문화 간의 문화적 차이를 경험한 코리안 디아스포라에 대한 관심을 강조하였다. 이를 바탕으로 본 연구에서는 조사참여자의 한국과 한국인에 대한 경험을 중심으로 필리핀에서 일어날 수 있는 반한류의 가능성과 한국에서 거주하는 필리핀인들의 한국문화적응의 장애물 및 반한감정을 유발할 수 있는 요소를 살펴보려 한다.

III. 한국과 필리핀의 관계

2014년 마닐라 대학의 Sarah Domingo-Lipura교수가 현지인 100명을 대상으로 실시한 필리핀 한류의 영향력 조사는 한류의 특징을 문화적 유사성, 혼종성, 역동성, 그리고 참신성으로 요약했다[20]. 참여자들은 한류를 아시아문화의 특징이 잘 드러나 쉽게 수용할 수 있

고 현지 한국이민자들로 인해 더욱 친근함을 느낄 수 있는 문화로 생각하였다. 한류의 영향력은 현지 경제, 사회, 문화 분야에서 가시성이 높지만 한국과 필리핀 간의 인적교류에서도 나타난다. 인적교류는 크게 5가지 분야 1)한국과 필리핀 커뮤니티에서 ‘타자’에 대한 존중, 2)네트워킹과 사회적 자본형성, 3)자선, 기업의 사회 복지, 기부활동, 4)무역과 관광, 5)학문 및 문화 분야 등에서 활발히 이루어진다.

한국과 필리핀은 일정기간 외세 식민지 경험과 미군정 이후 각각 자치정부를 수립하였다는 역사적 공통점을 가지고 있다. 양국의 관계 초기 필리핀은 한국전쟁 파병과 함께 60년대까지 한국을 원조하였고 70년대 까지 일부의 한국유학생을 데려다가 무상으로 공부시켜 주기도 하였다. 하지만 70년대 말 이후 오히려 한국이 필리핀 보다 경제적 우위를 나타내었고 이후 지속적으로 격차가 벌어져 90년대 말부터는 오히려 한국이 필리핀을 원조하고 있다.

현재, 필리핀은 동남아 주변 국가인 싱가포르, 베트남, 인도네시아와 비교했을 때 한국의 교역대상국으로서의 비중이 낮은 편이지만, 한국은 필리핀과의 교역에서 지속적으로 흑자를 기록하였다.

필리핀의 한국인 관광객 수는 2006년을 기점으로 미국을 제치고 1위를 차지한 이후 매년 증가를 거듭, 2012년에는 100만 명을 돌파해 역대 최고치를 기록하였다. 지난해(2014) 필리핀을 방문한 한국인은 약 117만 명 정도로 필리핀 방문국가 중 여전히 가장 많은 방문자 수를 보이고 있다. 또한 수집가능한 통계자료를 기초로 하는 필리핀의 한국인 유학생 및 어학연수생 수를 살펴보았을 때, 2011년 기준, 필리핀은 연 30,061명으로 미국(72,153명), 중국(62,957명), 호주(33,929명) 다음의 순위를 차지하고 있으며 일본, 영국, 캐나다 등을 앞서고 있다[21]. 이러한 한국인 관광객 및 유학생 수의 증가는 필리핀인들에게 경제적으로 긍정적 효과를 가져주는 반면, 코피노 등의 부정적 요인을 만들어내는 요

1 위 자료는 교육통계서비스(cesi.ched.ed.gov)의 국가별 재직 외국인 학생 수 통계에서 산출하였으나 필리핀의 경우 2012년 이후 자료가 등장하지 않아 부득이하게 2011년 자료로 비교하였다. 사설 유학 및 연수기관에 문의한 결과 최근 학생 수가 크게 달라지지 않았음을 확인하였다.

인이 되었다. 다른 영어권 국가에 비해 물가와 교육비가 싸고 일대일 영어교육이 가능해 영어 연수지로 각광받고 있는 필리핀으로 떠나는 한국 연수생이나 관광객 중 일부의 탈선 등으로 인한 코피노의 탄생이 많기 때문이다. 필리핀인 대부분이 피임과 낙태를 허용하지 않는 로마 가톨릭 신자인 점도 코피노가 많아진 이유의 하나이다. 이는 한국인에 대한 부정적 이미지를 산출하는 요인 중의 가장 큰 이유이다.

IV. 연구방법 및 연구문제

본 연구는 필리핀인의 한국에 대한 인식, 한국과 한국인에 대한 감정 및 태도, 한류 수용태도를 살펴보기 위해 2015년 2월부터 7월까지 2차례의 초점집단토론회 FGI(Focus Group Interview)를 실시해 자료를 수집한다. FGI는 선별된 이슈나 주제에 대해 소수의 참여자들로부터 집중적인 논의를 통해 얻는 정보와 자료이다. 이것은 조사대상과 관련된 통찰력을 얻는 방법이다. FGI는 조사연구자가 숙련된 논의 기술을 바탕으로 조사응답자들의 인식, 신념, 동기, 심리 및 감정적 태도를 파악하는 것이 중요하다.

FGI는 소수의 참여자를 대상으로 실시되지만 다양하고 심도 높은 의견 및 토론과정에서 참신한 아이디어 및 새로운 견해를 구할 수 있다는 점에서 조사 대상자의 동기, 심리 및 성향과약을 위한 연구에 매우 중요하다. 특히 토론 집단을 특성에 따라 또는 기타 살펴보고 하는 주요 특성 변수를 인위적으로 조합하여 연구자가 분석하려는 토의 주제를 제공하고 집단 토론 속에서 상호작용을 관찰, 기록하여 토론 내용을 분석하는 것이다. 이는 면접자와 구술자의 답변보다 토의 주제를 두고 집단 안에서 일어나는 상호 작용을 통해 도출된 내용이 주요 자료가 된다. 보통 연구자는 집단면접을 진행하는 중재자 역할을 한다.

FGI 조사 대상은 두 그룹으로 나뉘는데, 두 그룹 모두 필리핀 국적을 배경으로 한국에서 1년 이상 거주경험이 있는 참여자들로 구성되어 있다.

두 그룹의 집단별 차이는 첫 번째 그룹은 일정기간

한국에 머물렀던 필리핀인 유학생 그룹이라는 점이고 또 다른 그룹은 필리핀 현지에서는 거의 한류를 접하지 않다가 한국에서 현재 비교적 오랜 기간 거주하며 한류를 경험하고 있는 그룹이라는 점이다. 두 번째 그룹의 이들은 향후에도 지속적인 거주의사가 있는 점이 주요한 차이점이 있다.

현지에서 한류를 적극적으로 수용하다가 1년여 이하의 단기간 거주를 해본 그룹과 현지에서 한류에 대해 관심을 갖고 있지 않다가 장기간 거주를 하거나 할 예정이 있는 그룹사이의 차이점이라 할 수 있다. 두 그룹 구성인원에 대해 살펴보면 첫 번째 그룹은 필리핀에 거주하는 19세 이상 25세 이하의 20대 남녀 6명으로, 아테네오 마닐라 대학의 한국학 수업을 수강했던 재학생이었다. 참여자는 한류의 수용경험과 한국문화에 대한 인지도에 중점을 두어, 현지 한류 팬클럽, 재외한국문화원 및 페이스 북을 통해 광범위하게 한국문화를 수용하는 아테네오 대학 한국학 선대회(Ateneo Initiative for Korean Studies)의 회원 중 남성 1명, 여성 5명으로 선정하였다. FGI의 주목적은, 다양한 종류의 한국문화 및 한류행사의 참여자를 대상으로 필리핀 한류의 동향과 한류의 주요 수용자인 20대들에 대해 종합적인 이해를 얻기 위해서였다.

표 1. 필리핀 현지 대학생-그룹 1 FGI 조사 참여자 리스트

가명	연령	직업	성별	한국거주기간
A	20대	대학생	남	1년 (교환학생)
B	20대	대학생	여	1년
C	20대	대학생	여	1년
D	20대	대학생	여	1년
E	20대	대학생	여	1년
F	20대	대학생	여	1년

두 번째 그룹은 2015년 7월 한국에 거주하는 20~40대의 필리핀 여성 6명을 대상으로 인터뷰를 실시하였다. 이 중 4명은 한국인 남성과의 결혼으로 인해 한국에 거주하게 된 20~40대 여성으로 서울 이외 수도권 농촌지역에서 한국의 일상생활문화의 경험을 갖고 있다. 이외 1명은 20대 유학생이며, 30대 1명은 미혼의 다국적 기

업에 근무하는 회사원이다.

표 2. 한국 거주 필리핀 여성 FGI 조사 참여자 리스트

가명	연령	직업	성별	한국거주 기간
A	20대	유학생	여	1년(유학생)
B	20대	가정주부	여	3년
C	30대	가정주부	여	4년(결혼2년)
D	30대	가정주부	여	6년
E	30대	회사원	여	4년(미혼)
F	40대	단체운영자	여	12년

두 그룹은 연령이나 생활환경에서 차이를 나타내지만, 필리핀 문화 간의 문화적 유사성과 차이를 직접 경험한 필리핀인으로 한국에 대한 관심이 단지 한류 콘텐츠의 유행에 국한되지 않고 한국문화 경험이 지속성을 가질 것이라는 점이 유사하다. 즉, 한국과 필리핀의 문화적 관계를 향상시키는데 보다 실질적인 조언을 해줄 수 있는 대상이라 할 수 있다.

FGI의 질문지는 조사 참여자의 자유로운 의견을 반영하기 위해 개방형 질문(open-ended question)식으로 이루어졌으며, 조사답안지는 모두 회수되었다. 현지 참여자들은 모두 영어 실력이 좋아 영어로 인터뷰가 가능했고 한국거주 필리핀인의 경우 2명을 제외한 4명은 한국어가 어느 정도 가능해 두 언어를 섞어 진행하였다.

본문에서 조사 참여자의 답변을 인용할 경우, 첫 번째 그룹은 필리핀에 거주하는 현지 대학생으로 그룹 1로 표기할 것이다. 두 번째 그룹은 한국에 거주하는 필리핀 여성으로 그룹 2로 표기한다. 예를 들어, 첫 번째 그룹의 참여자 C의 답변을 인용할 때, 인용구 후에(그룹 1-C, 20대)로 마무리한다.

또한 현지 마닐라 대학의 한국학 관련 과목을 강의하는 두 명의 교수 및 필리핀한국문화원(이하 한국문화원) 관계자와 본 연구자가 간략하게 실시한 인터뷰 중 연구결과와 관련된 일부 내용을 발췌하였다. 두 명의 교수의 답변을 인용할 경우 ‘현지 한국학 관련 대학교수 A/B’로 표기할 것이다. 한국문화원 관계자는 이니셜 E***로 표기할 것이다.

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

3.1 연구문제 1-한국에 대한 인식요소 및 한국인에 대한 태도는 무엇인가?

이는 필리핀인들이 한국을 이해하는 인식요소가 무엇인지 살펴보고 또한 한국에 대한 직·간접적인 경험 요소를 통해 한국과 필리핀 간의 문화적 유사성 및 차이를 알아보기 위한 질문이다.

3.2 연구문제 2-한국 거주 전/후 한국 영화, 드라마, 팝음악을 어떻게 경험하였는가? 그리고 필리핀인이 한류를 선호하는 이유는 무엇인가?

이는 필리핀에서 일어난 한류현상에 대한 경로를 알아보고 국가적 특성 또는 차별적 현상이 있는지 살펴보기 위한 것이다.

3.3 연구문제 3-기존의 한-필리핀의 다양한 문화적 관계를 고려해 보았을 때 반한류가 일어날 가능성이 높은가?

이는 필리핀 현지의 한국인의 부정적 접촉 현상이 한류 및 필리핀과의 문화적 관계에 영향을 끼치는지 살펴보기 위한 것이다.

V. 연구결과

1. 한국에 대한 인지(경제적, 문화적, 심리적 요소)

본 조사에서, 현지 필리핀인 대학생으로 구성된 첫 번째 그룹의 FGI 조사 참가자들은 한국문화 경험 및 만족도가 높은 편으로, ‘한류’, ‘한류스타’, ‘한국문화(전통 및 생활문화)’, ‘음식, 전통놀이, 인사법’, ‘홍대 주변’, ‘한국 음식’, ‘한국화장품 브랜드’, ‘한국 패션과 의류 브랜드’ 등을 인식하였다. 공통적으로 ‘한국어’를 한국문화를 대표하는 것으로 응답하였다. 한국문화에 대해 알게 된 이유는 ‘한류’에 대한 애정과 한국드라마 및 예능 프로그램을 반복적으로 접하기 때문이다.

조사 참여자를 비롯한 현지인들은 한국문화를 경험할 수 있는 주요 요소로 현지 거주 한국인 및 한국인 방문객을 언급하였다. 조사 참여자들은 한국기업, 한국인 유학생 및 방문객의 수가 점차 증가하는 것을 반복해서

언급하였지만, 이와 관련된 부정적 이슈에 대해서는 부연설명이 없었다. 이는 조사 참여자들이 직접적으로 부정적 영향을 받지 않았으며, 부정적 이슈가 발생된 배경을 한국과 한국인 그리고 한국문화와의 문화적 차이에 집중하기 보다는 사회적 이슈로 생각했기 때문일 것이다. 본 조사 참여자들은 한국인 지인들에 대한 긍정적인 경험 및 태도 위주로 답하였다. 조사 참여자들이 직접 구입해 본 한국산 제품의 종류는 공통적으로 화장품이었으며, 이외 과자류, 문구류, 휴대폰 등이었다. 이들이 인지한 브랜드는 삼성, 현대부터 프랜차이즈 음식점 및 화장품까지 다양했으며 브랜드에 대한 신뢰도가 높았다.

“한국인을 알고 있고, 한국에 대해 높이 평가한다. 테크놀로지 선진국이다 빨리, 빨리, 빨리! 한국사람들은 무엇이든 빠르게 한다” (그룹 1-B, 20대)

“학교 친구들 중 한국인 친구들, 한국문화의 열혈팬으로서 한국은 약속의 땅이라 생각한다네 목표는 한국에 가서 내가 매우 동경하는 곳에서 사람들이 어떤 삶을 살고 있는지 보고 싶다” (그룹 1-C, 20대)

두 번째 그룹인 한국 거주 필리핀 여성들은 한국에 대한 인지범위는 자신이 속한 지역문화, 필리핀공동체, 가족관계, 다문화가정, 한국어, 자녀교육 등에 제한되는 경향을 보였다. 이들은 의류나 휴대폰보다는 생활용품을 주로 구입하였으며, 한국화장품 및 생활용품은 질이 좋아 만족도가 높고 주변 지인과 필리핀 가족들에게 추천하였다. 조사 참여자들 중 일부는 한국에 장기간 거주하였고 여가문화를 즐길 수 있는 여건이 되어 주말에 흥대를 가거나 오후에 TV 시청을 하기도 했다. 한국에 온 초기에 한국음식에 대해 적응하지 못하기도 했지만 대체로 두 번째 그룹의 여성 FGI 조사 참여자들은 일상생활의 만족도 및 한국어와 관습, 농촌문화, 가족관계에 대한 인지도가 높은 편이었다.

또한 첫 번째 그룹의 현지 필리핀 대학생 FGI 조사 참여자들은 한국과 한국인에 대해 긍정적이고 친밀한 태도를 나타냈다. 조사 참여자들은 한국에 대해 전체적으로 ‘선진국’ 과 ‘풍부한 문화’에 대한 이미지를 갖고

있었다. 이는 현지에 진출한 한국기업, 세계 뉴스, 한국 드라마와 케이팝에 나타나는 세련되고 부유한 이미지 등의 영향도 있지만, 조사 참여자들이 한국에서 생활하며 느낀 ‘편리함’, ‘청결함’, ‘세련됨’, ‘전통과 현대문화의 공존’, ‘안정감’ 등의 감정이 반영되었다.

“풍요로운 문화, 경험할 것이 많은 문화(?), 한국인들은 의지가 강하고 결단력이 있다 (그룹 1-E, 20대)

“한국 연예인들을 알고 있다. 몇몇 한국인 친구가 있고, 한국에 가기 전에 한국은 역사와 문화적으로 매우 현대적이고 고전적인 나라라고 생각했다한국에 있을 때, 거주하기 안전하고 매력적인 곳이라고 느꼈고 전통과 현대의 문화가 잘 어우러졌다고 생각했다(그룹 1-F, 20대)

한국음식점은 일상생활에서 쉽게 한국문화를 경험할 수 있는 장소로서, 조사 참여자들은 프랜차이즈 음식점과 현지 한국인이 운영하는 소규모의 한국음식점 모두 방문한 경험이 있었다. 조사 참여자 전원은 한국에서 거주한 경험이 있어서 현지 한국음식점의 맛을 ‘본토 음식의 맛과 비교되는/맛이 없는’으로 평가했다. 한국식 조리법을 익혀 직접 요리하는 등 한국음식에 대한 경험과 친숙감은 매우 높았다.

“한국음식을 매우 좋아하지만, 여기에서 자주 먹지는 못한다 서울에서 한국음식을 경험해서 여기 한국 음식점의 맛은 실망스럽다(그룹 1-2, 20대)

“한국학 선도회(한국학 관련 동호회)에서 이벤트가 있을 때 또는 내 가족들과 자주 간다한달에 한 번 정도 한국음식을 매운 음식 빼고는 좋아하는데, 한국음식은 매우 맛있고 건강한 것 같다 (그룹 1-5, 20대)

최근 몇 년 동안 한식의 세계화 정책 하에 한식 홍보가 적극적으로 이루어졌으며 한국문화원, 한국드라마, 방송 및 You Tube 등 미디어의 요리 프로그램을 통해 한국음식이 대중화되었다. 현지인이 운영하는 한국음식점도 증가하는 경향이 있으며 필리핀과 한국의 조리법이 혼합되는 경우도 많다. FGI 조사 참여자들은 양국

의 음식이 혼합된 새로운 메뉴보다는 한국음식점의 요리가 필리핀인들의 취향에 맞춰진 ‘맛의 차이’를 지적하며 ‘필리핀화 되어가는 한국음식’을 선호하지 않았다. 치킨, 아이스크림 등의 한국 프랜차이즈 음식점이 현지 대규모 쇼핑몰에 위치하며 한류스타를 홍보모델로 내세우며 적극적으로 현지 젊은이들을 대상으로 홍보하고 있다.

현지 한국학 관련 대학교수 A는 한국에서의 유학경험이 있으며, 온/오프라인의 다양한 경로를 통해 한국과 필리핀인 학생들의 교류를 증진하는 활동을 지도하고 있다. 대학교수 A는 한류의 유행으로 인해 필리핀인 대학생들과 한국문화를 쉽고 친근하게 접근할 수 있으며, 수업 외에도 교내 한국인유학생들과 교류할 수 있는 기회가 많아진 점을 긍정적인 영향력으로 설명하였다. 대학교수 A는 현지에서 한국문화관련 행사가 현지인들이 한국문화를 일시적으로 접할 수 있는 기회가 아니라, 이를 계기로 현지인과 한국인이민자, 유학생 등이 공감대를 바탕으로 관계를 형성할 수 있는 기회로 발전해야 한다고 강조하였다(현지 한국학 관련 대학교수 A).

2. 한국 거주 전/후 한국영화, 드라마, 팝음악의 경험/소비여부

필리핀 현지 대학생 FGI 조사 참여자들은 한류 팬클럽에 가입한 열성팬도 있었으나 나머지 4명은 한국의 전통문화부터 팝문화까지 다양한 장르의 한국문화콘텐츠를 수용 및 소비하였다. 6명의 조사 참여자는 감상 외에도 사교활동, 한국어 공부를 위해 주로 케이팝과 한국 드라마를 수용하였다. 사교활동이란, 조사 참여자와 지인들이 서로 공유하고 싶은 주제 및 스타일의 한국드라마를 추천해주거나 함께 모여 드라마 및 케이팝 콘서트를 감상하는 것을 뜻한다. 한국영화는 현지 영화관에서 상영되는 기회가 매우 적어 필리핀인들은 웹사이트나 불법복제물을 통해 한국영화를 관람한다. 필리핀의 한류는 한국드라마로 시작하여 케이팝이 유행을 지속하였으며, 다수의 필리핀인들은 한국 드라마와 케이팝을 대표적 한류 콘텐츠로 인식하고 있다. 한국 드라마와 케이팝은 미국과 일본의 팝문화를 수용하며 서구화

된 필리핀인의 문화취향과 유사하면서도 미국과 일본에 비해 보다 재미있고 쉽게 표현하고 배우들의 외모와 연기력이 훌륭하여 흡인력이 높았다. 조사 참여자들은 한국에서 교환학생으로 지낼 때 교내에서 무료 영화상영의 기회를 통해 한국영화를 관람하였다.

조사 참여자들이 한국드라마를 선호하는 이유는 가족의 소중함 및 예의를 중시하는 아시아적 가치관과 로맨틱한 사랑이야기가 주요 주제이고 연출력과 배우의 연기력도 훌륭하기 때문이다. 연출 및 연기력은 필리핀 드라마에서 만족하지 못한 부분으로 한국 드라마가 필리핀의 젊은 세대에 어필하는 요소이다. 필리핀에서 한국 드라마가 유행하면서 몇몇 드라마는 현지에서 리메이크를 해서 ‘필리핀식 한국 드라마’를 만들기도 한다. 천국의 계단, 풀 하우스, 내 이름은 김삼순, 파리의 여인 등은 필리핀 식으로 리메이크 되어 방영되었고[25], 현재 제빵왕 김탁구가 리메이크 되어 방영 중인데 드라마 중간에 한국무용단의 무용 장면을 배경으로 삽입하기도 하였다. 예를 들어, <내사랑 김삼순>은 현지에서 드라마 외에도 소설책으로도 재구성되는 등 지속적으로 현지 문화와 혼종 되는 과정을 거치고 있다.

케이팝은 필리핀에서 한국 드라마의 인기가 점차 하락하는 시기에 한국 드라마 주제가와 함께 아이돌의 음악이 소개되면서 대대적으로 유행하였다. 2012년 싸이의 대홍행 이후 2NE1, 소녀시대, 씨스타 등의 걸그룹과 슈퍼주니어 등이 지속적으로 인기를 끌고 있으며 최근 빅뱅과 비스트 등의 콘서트가 성공적으로 열렸다. 케이팝의 선호 요인은 필리핀에서 찾아볼 수 없는 새로운 형식 및 화려한 스타일과 글로벌 음악시장에서 유행하고 있다는 점이었다. 조사 참여자들은 특히 퍼포먼스 능력이 뛰어난 케이팝 가수들의 실력을 높이 평가하였다. 이러한 화려하고 세련된 스타일, 재능 있는 아티스트, 그리고 글로벌 케이팝 팬덤 요소는 케이팝의 위상을 높여주면서 단기간 내에 경제성장을 이루어낸 한국의 경쟁력과 필리핀의 한국 경제력에 대한 동경심과도 연관된 이미지를 형성할 수 있었다.

“인기 있는 한국 드라마를 리메이크 하지만, 양국 팝 문화의 유사점은 거의 없다 가족을 주제로 한 드라마

를 좋아하는 것은 유사하다. 다른 점은 한국 음악 스타일이 댄스 음악 위주라면 필리핀 음악은 슬로우 템포의 솔로 음악이 일반적이다 한국 음악은 비주얼적인 면을 중시한다” (그룹 1-A, 20대)

“한국과 필리핀 팝문화에는 유사점도 차이점도 있다. 유사점은 둘 다 매우 드라마틱한 줄거리를 선호한다. 그리고 가족중심과 같은 가치관이 비슷하다. 차이점은 필리핀에서는 락 음악이 매우 유행하지만 한국은 대부분 유명가수는 보이걸 그룹이다.” (그룹 1-B, 20대)

한국거주 필리핀 여성 FGI 조사 참여자들은 30대 이상이 대부분으로 한국 드라마의 선호도가 케이팝에 비해 높았다. 6명 모두 소극적인 수용태도를 나타내었지만 여가 시간을 활용하여 한국 드라마를 시청하며 한국 문화를 이해하려는 자세를 보였다. 조사 참여자들의 한국 거주시기는 차이가 있는데, 이 중 1명의 조사 참여자는 필리핀에 한류가 유입되었을 때 한국으로 건너와서 한류 콘텐츠를 한국에서 접하기 시작하였다. 이후, 조사 참여자의 가족들이 한국에 방문하면서 드라마의 배경장소를 찾아가는 것을 보면서 현지에서 한국 드라마의 영향력을 인식할 수 있었다.

연령과 문화취향의 차이보다 조사 참여자 4명이 필리핀에서 방송되었던 한국 드라마를 주로 시청하였으며 <대장금>, <겨울연가> 등의 한국적 특징이 드러나는 작품과 화려한 외모의 한국 배우에 대한 인상이 깊었다. 한국 드라마 <아내의 유혹>은 현지에서 크게 유행하여 선호도와 관계없이 모든 연령대의 조사 참여자가 기억하고 있었다. 이 드라마는 불륜이 주제지만 가정주부들에게 매우 인기가 높았다. ‘중국드라마보다 재미있다’고 호응하였다.

한국에 거주하고 있는 조사 참여자들의 한국 드라마 시청이나 케이팝 청취에는 큰 변화는 없었다. 한국생활의 목적이 삶 자체가 되었기 때문에 오히려 시간부족, 언어장애로 인해 수용하는데 어려움이 많았다. 필리핀 방송국에서 방영되는 한국 드라마는 더빙이나 자막으로 처리되어 조사 참여자들이 내용을 이해할 수 있었으나, 한국에서는 한국말의 이해가 부족하여 한국 드라마를 시청하기 어려웠다. 하지만 한국어 및 한국문화를

습득하기 위해 또는 가족과 여가시간을 함께 하기 위해 조사 참여자들은 한국 드라마를 여유시간에 시청하였다. 조사 참여자 중 1명은 직장문화를 다룬 <직장의 신> 드라마를 통해 직장생활의 어려움과 사회생활에서 겪은 불편함을 해소하였는데, 이는 한국 드라마가 한국 거주 여성의 문화적응을 돕는다는 선행연구의 결과를 지지한다. 그러나 다른 조사 참여자는 한국 드라마 속 한국의 라이프 스타일과 자신의 실제 한국에서의 직, 간접적 경험의 차이를 지적하며, 팝문화의 성격임에도 불구하고 한국 드라마와 한국의 일상생활 내에 라이프 스타일은 다르다고 강조하였다. 케이팝은 조사 참여자의 자녀들이 즐기는 콘텐츠로서, 조사 참여자들은 자녀들이 케이팝 가수의 화려함에 영향을 받아 연예인이 되려하는 것을 경계하였다.

3. 한-필리핀 문화 및 사회적 관계를 고려한 반한류 가능성

한국 내에 거주하고 있는 필리핀 FGI 조사 참여자들의 한국에 대한 인상은 ‘잘사는 나라’, ‘부유함 및 세련됨’ 등이 공통적이었다. 조사 참여자들의 한국 정착 전/후 시기에 따라 한국에 대한 인상의 변화에 대해 살펴보면, 결혼 전부터 한국의 주거환경 및 생활수준은 ‘살기 좋고 물건 사기 좋은 곳’과 ‘풍부함’ 등의 인상을 주었으나, 거주 이후 가족이나 지인이 아닌 한국인들의 ‘무례한’ 시선과 태도로 인해 한국에 대한 부정적 인식이 오히려 늘고 있다는 점이 특이했다. 한국인들의 무시하는 듯한 시선과 행동, 공동체내에서 한국인 학부모와의 갈등 등은 한국 드라마에서는 드러나지 않지만 일상생활에서 반복되는 요소로 향후 부정적 역할을 보일 것으로 예상할 수 있다.

“잘사는 나라라는 생각이 많았어요. 특히 옷이나 화장품, 핸드폰 등이 좋다는 것, 삼성은 알고 있었고요 겨울이 춥다는 걱정이 많았어요 한국에 온 이후에 한국과 한국인에 대한 인상은 더 좋아졌어요. 휴대입구에 주말마다 가는데 너무 즐겁습니다. 필리핀도 음악을 많이 좋아하고 노래 부르기를 좋아하지만 한국인들은 훨씬 더 좋아하는 것 같아요. 제일 좋은 거는 한국 사람들

이 먼저 말거는 경우가 많아요. 아직 한국말이 서툰 데도 잘 기다려주거나 영어로 얘기해주는 경우가 많으니까요. 학교도 그렇지만 주말에 놀러가서도 쇼핑가서도 친절하게 대해주는 편입니다. 음식도 입에 맞아요.” (그룹 2-A, 20대)

“드라마에서 부유한 모습을 많이 보았어요. 그게 다가 아니라는 건 알지만 그래도 전체적인 분위기가 세련된 모습이었어요” (그룹 2-C, 30대)

“물거나 사람들 분위기가 일본보다 살기 편할거라고 주변에서 들었어요” (그룹 2-B, 20대)

한국에 오기 전부터 고부갈등, 불륜 등의 갈등요소는 오히려 한국 드라마를 통해 간접적으로 경험하였고, 현지의 한국 교민 또는 한국인 관광객의 추태로 발생한 사건 등은 한국과 한국인 특히 한국남성에 대해 부정적인 편견을 갖게 하는 요소였다. 한국에 거주하는 여성들은 비교적 한국의 역사나 문화에 대해 잘 알지 못하는 편이었으며 한국드라마나 케이팝의 수용은 비교적 소극적이었다.

“마닐라 인근에 살았는데 거기에 공부하러 온 한국 학생들이 많았어요. 돈이 많다는 느낌이었어요. 그리고 한국 음식이나 음악등도 어렵지 않게 접했었어요. 별다른 거부감은 없었어요. 저는 별로 상관없었지만 일부 한국 교민들에 대해 별로 좋지 않게 생각하는 사람들이 있었어요. 한국에서 잘 못 살아서 여기 와서 살고 있다는 인식 같은 거 있어요. 필리핀에 거주하고 있는 한국 교민들은 중국이나 인도인 거주자들에 비하면 폐쇄적이라고 알고 있어요. 음 저는 오늘같이 일요일 성당을 때가 쥘 맘 편해요. 평소에 외출을 잘 안하지만 하면 이상한 눈으로 쳐다보는 것을 느껴요. 음 그건 말고 전체적으로 한국이 살기에 편한 나라라는 거 느낌니다. 물건사고 일하기에 좋은 곳인 것 같아요” (그룹 2-D, 30대)

이들이 가진 한국인에 대한 부정적 선입견은 한국 드라마에 의해서라기보다 오히려 현지에서 접한 한국인과의 문화적 차이 및 잘못된 정보에 의해서 형성되었다

고 할 수 있다. 한국거주 후에 일상생활에서 적지 않게 경험하는 부정적 요소는 한국문화에 대한 선입견뿐 만 아니라 삶의 만족도에 영향을 미친다. 다행히 가족과 필리핀인 공동체의 지지를 통해 한국문화에 적응하고 있지만 조사 참여자들은 자신과 자녀가 불합리하게 직면하는 선입견으로 인해 한국문화에 대한 큰 애정을 보이지는 않았다.

VI. 결론

필리핀 현지에서 한류의 유행은 사회 곳곳에서 확연히 드러난다. 드라마와 케이팝 외에도 현지에 한류상품 뿐 만 아니라 한국산제품을 파는 상점이 꾸준히 증가하고 한국음식점도 눈에 띄게 늘어나고 있다. 또한 대학교 내에서 한국문화를 홍보하는 행사에 직접 참여하는 학생이 늘어나고 있는데, 이는 현지 한류 팬과 한국문화 관련 수업을 수강하는 대학생이 적극적으로 참여하고 있음을 보여준다. 필리핀 내에 한류의 유행은 한국에 거주하는 필리핀인들도 인지하고 있다.

본 연구는 필리핀 조사 참여자들을 대상으로 한국과 한국문화에 대한 인상 및 태도, 한류 현상 및 반한류 가능성에 대해 조사하였다. 필리핀의 한국, 한국인에 대한 인상 및 한류의 경험여부에 대한 FGI 조사는 기존의 필리핀 한류소비자의 특성 조사와 달리 문화산업콘텐츠로서 한류를 바라보는 것이 아니라 한국문화의 일부분으로 한류를 포함한다. 연구조사 질문에서 한류 경험여부를 한국드라마, 케이팝, 한국영화의 경험으로 제한하였지만 이는 조사 참여자들도 한류의 의미를 우선적으로 드라마, 케이팝, 영화로 연상하기 때문이었다. 대신 한국어, 한국음식 및 한국패션 경험, 한국인과의 관계, 한국에 대한 이미지 등에 대한 토론으로 이어지면서 조사 참여자들의 한국문화에 대한 전반적인 경험을 한류 3.0의 개념과 연관지을 수 있었다. 이러한 조사 배경에는 한국과 필리핀 간의 노동자와 이주자뿐 만 아니라 관광객, 유학생, 공연예술인의 교류가 급격히 증가하고 있지만 한국과 필리핀 간의 인적 교류가 증가하면서 부정적인 사건도 늘어나고 있다는 점이 주요한 관심사였

다. 또는 한국에서 필리핀 출신 거주자 차별 등은 미디어를 통해 전달되어 양국 간의 갈등을 유발하는 요소가 되고 있다는 점을 눈여겨 볼 필요가 있다.

FGI 조사 참여자의 한국에 대한 인지는 경제력과 남북한 관계, 그리고 한류, 한국어, 전통문화와 현대문화의 혼종성, 한국음식이 대표적으로, 한국드라마, 케이팝, 영화의 소비정도의 차이와 관계없이 한국어, 한국음식, 한국의 라이프 스타일(한국인의 관심사 및 문화생활 트렌드 등)로 한국과 한국문화를 동시에 연상시켰다. FGI조사에 참여한 두 그룹 모두 한국거주 경험이 1년 이상으로 한국의 일상생활에 대해 안전하고 살기 편한 곳으로 인식하는 등 자연적, 물리적 환경에는 만족도가 높았다. 하지만 조사 참여자 중 한국에 거주하는 참여자들은 한국사회에서 한국인과의 관계형성에 어려움을 겪었으며, 부정적인 경험이 반복될 때마다 한국에 오기 이전에 형성되었던 한국 및 한국인에 대한 편견과 불신을 상기하는 경향을 나타내었다.

한국과 한국인에 대한 감정 및 태도도 한국의 경제력에 대한 동경과 한국인과의 긍정적, 부정적 경험이 주요 영향요인이었다. 앞서 한국에 대한 인지요소의 응답과 중첩되는 단어가 많았지만, 인지여부에 비해 조사 참여자의 직접적 경험에 따라 친숙도와 선호도를 파악할 수 있었다. FGI 조사 참여자들에게 한국인과의 접촉은 한국문화에 대한 선호도 외에도 한국드라마, 케이팝, 한국영화의 경험에도 영향을 미친다. 한국드라마와 영화 및 케이팝은 한국 팝문화산업의 우수성과 환상(fantasy)을 불리일으키지만 한국의 문화를 반영하지 못하고 있었다. 즉, 한국거주 여성 FGI 조사 참여자들은 필리핀 현지인들은 한류의 화려한 단면만 인식할 뿐 한국의 일상생활문화를 직접 경험하지 못했기 때문에 한국드라마나 케이팝을 선호할 수도 있다는 의견이 있었다. 한국에 대한 인지도와 친숙도가 전체적으로 긍정적인 필리핀 현지 대학생 FGI 조사 참여자들도 드라마와 현실의 차이를 인지하지만, 한국거주 필리핀 여성 FGI 조사 참여자에 비해서는 한국드라마, 케이팝, 한국 영화를 통해 한국어와 한국문화를 배우려는 의견이 많았다. 필리핀 현지 대학생들은 한국에서 교환학생으로서의 경험과 현지에서 만나는 한국인 유학생과의 직접

적인 관계형성에서는 어려움이 없었기 때문에 한국드라마, 케이팝, 한국영화의 수용에 대한 반감이 거의 없었다. 따라서 한국인과의 접촉경험 및 관계형성은 한국문화에 대한 인지도 및 친숙도와 한류3.0의 확산에 미치는 영향력이 높다.

한국드라마, 케이팝, 한국영화의 경험 및 소비여부는 연령과 직업적인 요소가 영향을 미쳐 필리핀 현지 대학생 FGI 조사 참여자들의 경험 및 소비가 훨씬 높았다. 두 그룹의 조사 참여자들이 인식하는 한국의 라이프 스타일은 미디어를 통한 간접경험이 아니라 직접 경험한 한국의 일상문화와 한국인들의 행동 및 가치관을 뜻한다. 즉, 필리핀 20대 조사 참여자들이 정의한 한류는 세계적으로 유행하는 대중문화의 종류이자 한국에서의 경험을 바탕으로 형성된 인지적, 감성적 태도로서 한국문화에서 표현되는 전통과 현대의 조화와 한국의 로컬 문화가 특징적인 외래문화라고 할 수 있다.

필리핀 현지에서 조사 참여자들을 포함한 현지인들이 직접적인 경험을 통해 한국문화 경험을 확대할 수 있는 대표적인 사례는 필리핀 한국문화원과 필리핀 케이팝 팬클럽이라 할 수 있다. 필리핀 재외문화원의 문화홍보활동은 한류 팬 중심으로 시작되는 경향을 보이는데, 이는 한류 팬이 한국문화에 대한 흥미와 참여의사가 높기 때문에 단기간 내에 한국문화를 홍보하기 위함이다. 문화원 개관 후, 한류 팬들을 초대하여 한국문화원방문을 유도하고 한류 팬 커뮤니티 활동후원 및 케이팝 관련 이벤트를 정기적으로 개최하는 등 문화원은 전략적으로 현지 한류 팬을 중심으로 한국문화예술의 인지도와 친숙도를 향상시키고 있다.

또한 필리핀의 한류 팬들은 팬클럽, 커버댄스 콘서트, 팬미팅 등을 주최 및 운영하며 현지 한류가 확산되는데 적극적으로 기여하고 있다. 필리핀한국문화원은 현지 한류 팬들을 위해 한국문화원을 소통의 장소로 제공하고 있다. 필리핀한국문화원은 설립 초기부터 한류 팬클럽을 초대하여 문화원의 인지도를 높이고 있다. 이는 설립 초기에 현지인 문화원 스태프의 아이디어로 시작되었으며, 필리핀한국문화원은 문화원 내에 한류 홀(Korean Wave Hall)의 장소를 한류 팬클럽에게 대여하고 필요에 따라 간단한 영상물 자료를 지원한다. 또한

제한적이긴 하지만 문화원 프로그램의 수강생들이 수업 이후에 배운 내용을 복습하거나 교류할 수 있도록 공간을 제공하면서 문화원에 대한 정서적 거리감을 해소하려 노력하였다.

또한 매년 현지인들에게 가장 어필할 수 있고 소비율이 높은 케이팝 콘텐츠를 활용하여 한국의 KBS 방송국 또는 현지의 문화산업기관과 공동으로 한류 케이팝 콘테스트를 개최하고 있다. 이를 통해, 지역 내에서 한국 문화와 한국문화원의 존재감을 높이고 현지인의 한류 대중문화콘텐츠를 지속적으로 수용할 수 있는 기반을 마련하고 있다. 케이팝 콘테스트는 커버댄스 콘테스트로 현지에 커버댄스 문화를 ‘즐거는 문화’로 토착화될 수 있도록 지원하는 행사이다. 다음은 2015년 초까지 필리핀한국문화원에서 근무했던 E***이 한류 팬을 대상으로 한 필리핀한국문화원의 프로그램 기획에 대한 설명이다;

“현재까지 문화원의 다양한 프로그램은 한류 팬들을 대상으로 홍보되고 주요 참가자도 한류 팬들이다. 그들의 드라마나 케이팝에 대한 애정은 한국문화원을 계기로 한국에 대해 배우고 문화를 습득하고 싶다는 욕구로 발전하였던 것 같아요. 아직까지는 한국문화원이 한류 팬과 대학생에게 많이 어필하는 경향이 높아요. 한국문화원에 대한 관심을 갖게 할 원인은 한류의 유행이기 때문이다.” ((진)필리핀문화원 근무자, E***)

현지에서 케이팝은 한국대중문화콘텐츠의 유행을 지속하고 현지인들의 한국문화에 대한 친숙감을 상승시키는 원동력이다.

마닐라에는 아테네오 마닐라 대학교 외에도 쇼펄물과 대형 규모의 문화행사장과 같은 한국문화를 경험할 수 있는 장소가 많다. 하지만 FGI 조사 참여자 중 일부는 현지에서 한류의 영향력이 증가하고 있지만 아직 역사와 전통문화, 다문화주의 등 한국문화를 광범위하게 소개할 수 있는 인문학 분야에서는 한류의 영향력이 낮다고 지적하였다. 현지 대학교수 B는 한국에서의 유학 경험이 있고 현재 한국문화와 관련한 수업들을 강의하고 있는데, 다수의 수강생들이 한류를 적극적으로 수용

하고 있지만 한국 영화나 드라마에서 나타나는 문화우월주의 또는 차별주의에 대해서도 인지하고 있다고 언급했다. 수강생들은 주로 한국영화와 드라마, 그리고 한국문화원이 주최하는 대규모 페스티벌에 참가하는 방식으로 한국문화를 접하고 있으며, 교내 한국과 관련한 문화행사의 기획 및 주최에도 참여할 정도로 한국문화에 대한 인지도가 높다. 그럼에도 불구하고 수강생들은 필리핀에 비해 한국의 문화다양성의 정도를 낮게 평가하고 있으며, 이 부분에서 문화적 거리감을 느끼고 있다(현지 대학교수 B).

현지 대학생 FGI 조사 참여자들은 반한류의 가능성에 대해 우려하지 않았다. 다만 현지 문화산업이 한국 드라마, 영화, 케이팝, 예능 등 한국 문화산업 콘텐츠와 비교되며 평가절하되고 경제적인 이익을 창출할 수 있는 가능성이 낮기 때문에 이에 대한 사회적 반감에 대해서 지적하였다. 조사 참여자 중 일부 한류 팬들은 한류에 대한 문제점을 지적하였는데, 한국 연예산업의 과도한 경쟁, 한류의 상품화, 그리고 한류 스타의 권리 침해 등이었다. 일부 한국 연예산업은 한류를 좋아하는 팬들의 과소비를 조장하는 마케팅 전략을 반복하고 한류 문화콘텐츠가 패션이나 미용으로 확대되면서 한류의 상품화가 고조되고 있다는 것이다. 또한 한류 스타의 육성 및 관리 과정에서 개인의 프라이버시를 보호하지 않고 지나치게 통제한다는 것이다. 현지 기성세대는 한류의 경제적 및 문화산업적 영향력을 우려하며 자녀들이 한류 문화콘텐츠를 적극적으로 소비하는데 우려를 나타내기도 한다. 또한 현재의 한류 콘텐츠는 한국 드라마, 케이팝, 예능 등이 대표적으로 뉴미디어에 익숙한 현지의 젊은 층에 확산된 경향이 크다. 한국문화원, 한국문화축제, 한류 행사 등 한국문화를 소개하는 기회도 현지의 중장년층이나 저소득층에게는 쉽게 접하기 어렵기 때문에 한국문화에 대한 인지도와 친숙도는 현지의 10-30대에 집중되었다고 할 수 있다. 따라서 한류의 유행에 대해 기성세대와 10-20대의 의견차가 있으며, 자국문화의 보호의식 및 청소년 문화보호 등을 위해 중장년층에게는 한류에 대한 부정적인 감정은 존재한다. 하지만 이러한 차이는 외래문화를 수용하는 과정에서 일반적으로 나타나는 현상이기 때문에, 현지에서

반한류의 가능성은 낮다고 하겠다.

한편, 한국거주 여성들에게 한류란 필리핀 현지 한류 수용자가 경험하고 인식하는 한류의 의미와 차이가 있다. 한국에 거주하는 필리핀 여성에게 한류는 대중문화 상품의 오락적 기능과 문화적응을 위한 교육적 기능이 교차된다. 우선 한국거주여성들은 한류가 생성되는 문화환경에 거주하고 있어 뉴미디어 외에도 일상생활에서 한국문화에 노출되어 있다. 하지만 오히려 가정생활에 집중하기 때문에 한국 드라마, 영화, 케이팝을 자신이 원하는 대로 즐기지 못하는 경우가 대다수이고, 시청하는 한국 드라마도 가족드라마, 농촌드라마와 같은 자신의 환경과 유사한 일상생활을 배경으로 한 드라마를 주로 시청한다. 시간적, 경제적 이유 등으로 한류를 자주 접하지 못하지만, 꾸준히 한국드라마를 통해 한국문화에 대한 이해를 넓히려 노력한다. 고국에서 한류가 유행함으로 인해 가족과 지인들에게 자신의 새로운 환경의 문화를 소개하고 이를 통해 자부심을 가진다. 한국 거주 전 한류의 유행을 인식하지 못한 여성들도 한류의 유행 이후 현지의 가족과 지인들의 한국에 대한 관심과 애정이 고조되는 현상을 느끼면서 한류의 유행을 실감하였다.

그러나, 한국거주 필리핀 여성들의 한류는 필리핀 여성들의 문화변용과정에서 초기에 한국문화에 대한 관심과 매력 그리고 한국인들의 정서를 이해하는데 도움이 되지만 한류 문화상품의 텍스트의 내용과 필리핀 문화와 공감대를 형성하는 부분은 부족하다. 한류를 대표하는 한국 드라마, 영화, 케이팝, 영화, 예능 프로그램은 그들의 삶을 반영하지 충분히 못하고 있으며, 수용자로서 그들의 감정이나 행동에 대해서 크게 주시하지 않는 경향이 있다. 필리핀-한국 간의 사회문화적 교류는 증가했지만 여전히 필리핀에 대한 한국인의 문화적 무관심 또는 부정적 인식은 한류가 한국거주 필리핀 여성들이 한국문화에 자부심을 느끼고 적용할 수 있도록 돕는 역할을 제한할 수 있다. 한국문화는 한국거주 필리핀 여성에게 제 2의 일상문화로서, 한국의 전통문화, 일상문화, 현대문화를 아우르는 한류는 '유행하는 현상이 아닌 일상생활에서 지속적으로 공감대를 형성할 수 있는, 그리고 나와 내가 속한 공동체의 집합적인 특성이 나타

나는 문화의 흐름'이어야 할 것이다.

그러나 한국의 전통적 의식주 문화콘텐츠 외에는 한류가 필리핀 대중문화를 포용하지 못하고, 문화변용과정에서 한국거주 필리핀 여성을 위한 혼종적 문화콘텐츠로서의 역할이 충분하지 못하다고 할 수 있다. 한국거주 여성들은 한국 전통문화를 교육해야하는 대상이 아니라 한국 문화를 형성하는 한 요소로, 이들이 한국 생활에 적응하며 문화적 유사성과 차이점을 겪는 과정도 한국 드라마, 영화 등에 포함되어야 할 것이다.

본 조사는 필리핀인에게 한국문화에 대한 이해를 넓혀주는 매개로서의 한류와 반한류 가능성의 요인을 함께 살펴보았다. 한류는 한국의 전통문화와 고유의 정체성뿐 만 아니라 한국인의 삶의 양식을 발전시키는 과정으로서 타문화와의 교류를 통해 혼종적인 문화를 창조하면서 확산되었다. 기존의 한류 장르에 비해 전통문화, 음식, 관광, 패션 등 한국문화 전반으로 확대된 한류 3.0 콘텐츠는 지속적인 문화교류를 통해 한류 수용국가 내에 하나의 문화적 스타일 및 종류로 발전하여 문화적 공감대를 형성할 수 있다. 이제부터는 한류의 사회문화적 영향력을 깊게 고민해야 할 것이다. 한국 드라마와 영화는 가족의 의미, 로맨스, 집단문화 등 한국사회 내에 유교문화 및 보편적 가치를 표현하고 있다. 하지만 상대적으로 한국 사회의 다양한 공동체의 변화와 이슈를 나타내기 보다는 상업적 논리에 의해 인기 있는 스토리에 의존하는 경향이 크고 이러한 점은 해외 한류 팬들에게 지적되는 부분이기도 하다. 한류 3.0은 장르적 범위를 넓혔다면 이제부터 보다 한국의 사회문화적 특징을 세계인에게 소개하고 공감대를 형성할 수 있도록 노력해야 한다. 한 예로, 한국 드라마나 영화와 같은 전달력이 빠르고 일상문화를 주제로 한 콘텐츠에서 스토리 개발을 위해 한국의 다문화가정에 대한 스토리를 도입하는 것도 방법이다. 상품화 된 동남아 현상(드라마나 영화 또는 문화상품의 배경에 동남아 지역이 배경이 되며 친숙도를 높이는 경향)을 이제부터 다문화가정을 배경으로 한국 사회문화의 변화를 스토리텔링화하여야 할 것이다.

또한 점차 확대되어지는 한류의 영향력은 한류 수용국가의 반감(反感)을 일으키기도 한다. 필리핀에서는

반한감정이나 반한류 현상이 나타나지 않지만, 늘어나는 한국 연수생 및 관광객에 탈선에 의한 코피노의 확산, 한국 내 결혼이주여성들의 문화적 차이에 의한 갈등, 일부 한국 연예인의 필리핀 비하 발언 등은 앞에서 조사한 FGI의 발언 내용만큼 반한류의 가능성을 충분히 잠재화하고 있다. 이때의 반한류는 일본과의 정치적 혐한류 만큼이나 양국 간의 관계에 대한 부정적 요소를 내포하고 있다.

따라서 필리핀 내에 한국에 대한 인식 및 한국문화 수용태도를 향상시키며 양국간 문화관계의 발전을 위해 다음과 같은 노력이 필요하다. 이는 필리핀 내의 한류 3.0의 확산뿐 만 아니라 사회문화적 관계를 형성하는 기반을 마련할 수 있다. 첫째, 양국 간의 경제분야 외에 교육을 포함한 문화교류를 증진하여 서로에 대한 인식의 범위를 넓히고 올바른 정보전달을 위해 노력해야 한다. 이를 위해, 필리핀 한국문화원을 중심으로 현지 한국 관련 커뮤니티와 교육기관이 협력하여 양국에 관한 정보전달과 문화접촉을 증가할 수 있는 기회를 확산하여야 한다. 한국문화원의 한국전통무용팀(Korean Traditional Dance Team)은 한국전통무용 홍보팀으로, 한국문화홍보의 새로운 방안을 제시할 수 있는 사례이다. 현지 한류 팬들은 한류에 대한 애정과 한국문화에 대한 호기심으로 한국문화원에서 한국무용을 배우기 시작하였다. 이 중 한국무용에 점차 흥미를 느끼는 팬들을 중심으로, 한국문화원은 무용강사의 제안에 따라 KTD T무용단을 창단하였다. 이후, KTD T에 대한 현지의 반응이 좋아 지속적으로 한국문화원 내/외부의 문화홍보행사에 무용단을 출연시키고 있다. 이는 현지 한류 팬들이 커버댄스에 참여하는 것과는 다른 의미로 문화홍보의 궁극적인 결과이며, 문화교류를 증폭시킬 수 있는 계기가 될 것이라는 점에서 매우 중요한 사례이다. KTD T 구성원인 개인의 만족감 이상으로, KTD T는 현지에 한국무용의 예술적 우수성보다는 친근감을 바탕으로 한국전통무용을 홍보하고 있다.

둘째, 한류 3.0의 목표는 문화콘텐츠의 범위만 확장된 것이 아니라 한국문화의 현지화를 위한 것이기 때문에, 한국의 문화콘텐츠의 특징 외에도 해외 현지 문화코드에 대한 심도 높은 분석이 필수적이다. 현재 한국과 필

리핀 간에 문화콘텐츠의 전달은 한국에서 필리핀으로 이동하는 일방적인 흐름의 경향이 강하다. 더구나 한류 문화콘텐츠도 현지 문화에 대한 충분한 이해를 바탕으로 접근하기 보다는 한국에서 또는 아시아 지역에서 유행하는 텍스트를 전달하는 경향이 높다. 한류 3.0이 한국문화콘텐츠의 확산뿐 만 아니라 문화적 관계의 발전까지 목표로 한다면, 향후 진출하는 현지에 대한 보다 전문적인 이해가 필요하다. 이를 위해서는 한국과 해외 현지 문화를 모두 경험하고 문화적 유사성과 차이점을 바탕으로 양국의 문화교류를 발전시킬 수 있는 인적자원을 개발하여야 할 것이다.

또한 이러한 인적자원은 학생, 관광객, 문화공동체 외에도 인문학, 사회학, 인류학 등의 전문가를 포함한 다양한 계층으로 형성되어야 할 것이며, 인적자원과 양국 문화 관련 기관과의 협력을 통해 서로의 문화에 대한 지식을 체계적으로 전달할 수 있어야 할 것이다.

마지막으로 필리핀에 거주하는 한국이민자들의 문화참여활동을 장려하여, 현지 한류 팬과 한국문화원 그리고 대학 내 한국학 전공자뿐 만 아니라 한국이민자들도 다양한 계층에 한국문화가 전파되고 일상화될 수 있도록 지원해야 할 것이다. 미디어나 한국의 전문기관을 통해 전파되는 한국문화는 일부 현지인들에게 접근이 제한될 수도 있다. 또는 현지인들이 한국과 한국문화에 대해 이미지를 형성하는 과정에서 현지 거주 한국인들의 생활양식과 가치관의 영향력이 높기 때문에, 한국문화 전파자로서 한국인이민자들의 역할도 매우 중요하다. 현지에서 한국인이민자들이 운영하는 상점은 슈퍼마켓과 음식점이 많아서 현지인을 대면할 기회가 있지만, 한국인 이민자들은 현지의 문화행사에 참여하고 현지인과 교류하는 경우가 많지 않다. 한국문화원이라는 공간 외에도 현지 한국인이민자들이 일상생활에서 한국의 전통문화, 현대문화, 일상문화를 어우르는 한류 3.0을 전파하는 매개자로서 활동할 수 있도록 장려해야 할 것이다.

본 연구는 필리핀의 사례에만 제한하여 동남아시아 내에 한류 수용국가들의 한국과 한국문화에 대한 인식 및 태도에 대한 유사성과 차이를 비교하지 못하였다. 또한 필리핀 한류의 최근 동향을 보다 자세히 소개하는

데 한계가 있었으며, 필리핀에서는 현지 문화산업 및 한류 관련문헌자료가 체계적으로 수집되고 공개되지 않아서 한국에서 발간한 문헌자료에 의지하는 경향이 높았다. 필리핀 현지 조사대상도 현재 한국에 대한 애정으로 한국문화를 확산하고 있는 20대인 필리핀 대학생이 집중하였지만, 현지 한류 팬 1세대인 30대의 의견을 수렴하지 못하였다. 향후 필리핀을 비롯한 동남아시아 국가의 한국문화에 대한 인식 및 한류 3.0의 수용 그리고 동남아시아 계통의 한국거주민의 한국문화 적응에 대한 연구가 지속되어 한류 3.0이 보다 다양한 한국문화를 전달할 수 있는 방안을 마련해야 할 것이다.

본 연구는 필리핀의 사례에만 제한하여 동남아시아 내에 한류 수용국가들의 한국과 한국문화에 대한 인식 및 태도에 대한 유사성과 차이를 비교하지 못하였다. 또한 필리핀 한류의 최근 동향을 보다 자세히 소개하는데 한계가 있었으며, 필리핀에서는 문화산업 및 한류 관련문헌자료가 체계화 되어있지 않아서 한국에서 발간한 문헌자료에 의지하는 경향이 높았다. 필리핀 현지 조사대상도 현재 한국에 대한 애정으로 한국문화를 확산하고 있는 20대인 필리핀 대학생에 집중하였지만, 현지 한류 팬 1세대인 30대의 의견을 수렴하지 못하였다. 향후 필리핀을 비롯한 동남아시아 국가의 한국문화에 대한 인식 및 한류 3.0의 수용 그리고 동남아시아 계통의 한국거주민의 한국문화 적응에 대한 연구가 지속되어 한류 3.0이 보다 다양한 한국문화를 전달할 수 있는 방안을 마련해야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] <http://www.mcst.go.kr>
- [2] 백중훈, “필리핀인의 한류 수용 특성이 한국산 제품 구매의도에 미치는 영향 연구,” 예술경영연구, 제30집, pp.141-183, 2014.
- [3] 임학순, “필리핀 청소년들의 K-pop 소비요인 및 영향인식에 관한 연구,” Comparative Korean Studies, Vol.20, No.1, pp.85-112, 2010.
- [4] Ikki Kim, Jung Eun Song, and Wonho Jang, “Toward a comprehensive approach to the Korean Wave,” 2012 Conference The Korean Wave and Formation of Asian Cultural Community: 한류와 아시아 공동체 형성 발표 자료집, 2012.
- [5] 김은중, “세계화, 정체성, 다문화주의,” 라틴아메리카연구, 제8권, 제1호, pp.152-154, 2005.
- [6] 히라타 유키에, *한국을 소비하는 일본: 한류, 여성, 드라마*, 서울, 책세상, 2005.
- [7] Doobo Shim, “Hybridity and the Rise of Korean Popular Culture in Asia,” Media, Culture & Society, Vol.28, No.1, pp.26-28, 2006.
- [8] Ikki Kim, Jung Eun Song, and Wonho Jang, “Anti-Hallyu in East Asia: The case of China, Japan, Vietnam, and Indonesia,” Korean Journal of Sociology, Vol.48, No.3, pp.1-24, 2014.
- [9] 송정은, 장원호, “인도네시아 한류의 의미 분석과 향후 발전방안 모색,” 예술경영연구, 제26집, pp.107-135, 2013.
- [10] 안남일, *인문학적 관점에서 본 한류3.0의 확산 전략*, 경제인문사회연구회, 2014.
- [11] R. Benedict, *Patterns of culture (Vol. 8)*, Boston, 2006.
- [12] Csikszentmihalyi, *FINDING FLOW*, HARPER, 1992.
- [13] Amartya Sen, *Our Culture, Their Culture*, Nandan, 1996.
- [14] 박정수, “세계화와 민족주의의 문화갈등: 한국과 중국 간의 한류와 반한류 사례 연구,” 중소기업, 제37권, 1호, pp.271-307, 2013.
- [15] Ik ki Kim, “Korea wave and anti-Hallyu in the East Asia,” Conference of East Asian Sociologists, 2012.
- [16] Eun Hee Kim, “Discussion on the Hallyu by the Perspectives of China,” Discourse 201, Vol.15, No.4, pp.235-55, 2012.
- [17] 한은경, 장우성, 이지훈, “반한류 구성요인에 대한 탐색적 연구,” 호텔경영학연구, 제16집, 제3호,

pp.217-235, 2007.

- [18] 이윤경, “반한류 현황분석 및 대응방안 연구,” 한국문화관광연구원, 2009.
- [19] 신광철, “한류와 인문학: “동력으로서의 인문학”과 “성찰시점으로서의 한류,” *코기토*, 제76호, pp.67-91, 2014.
- [20] Sarah Domingo Lipura, “Korean Wave in Motion: Exploring the Potential of Hallyu in Bridging Peoples & Cultures-The Philippine Experience,” Presented at 2014 Philippines-Korea Forum: Envisioning the Future Partnership between Korea and the Philippines within the ASEAN, p.36, 2014.
- [21] <https://www.cesi.kedi.re.kr>

장 원 호(Wonho Jang)

정회원



- 1992년 8월 : 미국 미주리주립대학교 사회학과(사회학석사)
- 1996년 12월 : 미국 시카고대학교 사회학과(사회학박사)
- 1998년 3월 ~ 현재 : 서울시립대학교 도시사회학과 교수

<관심분야> : 도시문화, 한류, 문화소비

저 자 소 개

허 윤 정(Yoon Jung Hur)

정회원



- 2005년 8월 : 동국대학교 사회학과 석사 졸업
- 2009년 8월 : 동국대학교 사회학과 박사과정 수료
- 2012년 9월 ~ 현재 : 서울시립대학교 도시사회학과 SSK 글로벌

컬문화와 지역발전연구단

<관심분야> : 한류, 정보화, 사회조사

송 정 은(Jung Eun Song)

정회원



- 2003년 12월 : 미국 아메리칸대학교 예술경영학과(예술경영학석사)
- 2010년 12월 : 미국 오하이오주립대학교 예술행정·교육·정책학과(문화정책 및 예술 행정 전공)

▪ 2011년 9월 ~ 현재 : 서울시립대학교 도시사회학과 SSK 글로벌컬문화와 지역발전연구단 SSK 연구교수

<관심분야> : 문화교류, 국가브랜딩, 한류