

대중문화를 통한 한국이미지의 형성과 소비:

인도네시아 네티즌의 사례*

김형준**

1. 들어가기

2000년대 초반 소위 ‘한류’(Korean wave)에 대한 국민적 관심이 급속히 증가하였다. 외래 문화상품의 소비에 익숙해 있던 한국인에게 있어 한국 대중문화의 국제적 유통과 유행은 경이로운 현상으로 여겨졌다. 한국 영화, 드라마, 가요에 열광하는 외국인의 모습은 한국의 대중문화, 나아가 한국 문화의 우수성과 연결되어 해석되었고, 이는 한국인의 문화적 자긍심을 높이는 역할을 했다. 한류에 대한 대중적 열광이 일상화의 단계로 나아가는 동안 그에 대한 관심은 학계로 전이되었다. 한류를 주제로 한 연구가 양적으로 꾸준히 증가하였을 뿐만 아니라 이 문제를 다루는 학문분야 역시 확대되었다.¹⁾ 한류 관련 주제를 본격적으로

* 이 글은 제39차 한국문화인류학회 정기학술대회에서 발표한 글을 수정한 것이다. 당시 토론을 해주신 장수현 선생님 그리고 정성어린 논평을 해주신 익명의 세 분 심사위원께 감사를 드린다.

** 강원대학교 문화인류학과

1) 한류관련 연구의 양적팽창 및 연구 분야의 다양화는 학술지 발표 논문을 통해서 쉽게 찾아질 수 있다. 한국학술정보(Korean Studies Information Service)에서 제공하는

논의하기 시작했던 인류학, 해외지역연구, 대중문화연구 분야뿐만 아니라 정치학, 행정학, 경제학, 경영학, 관광학, 신문방송학, 언어학, 사학, 철학, 예술분야 등 인문사회계 거의 전 분야에서 한류에 대한 연구가 진행되고 있다.

한류에 대한 접근은 이론적 시각과 실용적 시각에 기초한 것으로 양분될 수 있다. 전자는 전지구화라는 상황 속에서 대중문화 교류가 갖는 의미, 한류의 확산 원인, 한국 대중문화의 성격 등에 초점 맞추어 한류 현상에 접근하고 있다.²⁾ 실용적 접근은 한류의 경제적 효과, 한류 관련 산업의 부가가치 확대, 한류 확산에 따른 한국의 정치문화적 영향력의 확대, 한류의 지속 및 확대방안 등과 같은 문제를 중점적으로 취급하고 있다.³⁾

한류관련 연구는 이용 자료의 성격에 따라 다시 분류될 수 있다. 첫째는 한류와 관련된 대중적 담론이나 이론적 논의를 대상으로 한 연구로서 한류의 원인을 검토하는 논문이 주로 이 범주에 속한다. 두 번째는 한류 유행 지역을 단기 방문한 자료를 중심으로 한 연구로서, 간단한 인터뷰 및 관찰자료가 주로 사용된다. 특정 지역을 연구한 경험이 있는 지역연구자의 연구에서 주로 이용되는 방식이다. 세 번째는 서베이를 통해 얻어진 양적 자료를 분석한 경우이다. 한류의 현황 및 경제적 파급력 등을 다루는 실용적 연구의 상당수가 통계 자료에 기반하고 있다. 네 번째는 한류의 수용 배경과 지속 방안을 검토하기 위해 드라마나

학술지 검색서비스(<http://search.koreanstudies.net>)를 통해 ‘한류’라는 키워드로 검색을 수행한 결과(9월 30일), 2002년에 출판된 논문부터 이 용어가 본격적으로 이용되고 있음을 알 수 있었다. 2002년 12편이었던 한류관련 학술논문은 2003년 6편, 2004년 7편으로 약간의 감소추세를 보인 후 2005년 18편, 2006년 22편으로 증가하였다. 2007년의 경우 9월까지 24편의 논문이 출판되었다.

- 2) 한류에 대한 이론적 접근을 정리한 신윤희(2006: 29-23)에 따르면, 한류를 바라보는 학계의 이론적 시각은 민족주의-세계주의, 문화-상품, 긍정-비판이라는 세 가지 축을 중심으로 차이를 보이고 있다.
- 3) 경제경영관광 분야의 연구 그리고 정부기관의 용역 연구(대한상공회의소 2005; 아시아문화산업교류재단 2005; 윤계식 2004; 코트라 2006) 등이 실용적 성격을 띤 연구의 대표적인 사례이다.

영화의 내용 분석을 수행한 연구이다. 문학, 예술, 신문방송학 분야에서 주로 이용된다.⁴⁾ 다섯 번째는 사례 연구 및 질적 자료에 기초한 것으로서, 인류학적 연구가 여기에 해당한다.

한류 연구 초기, 초국가적 문화교류 상황이라는 맥락 속에서 한류의 성격을 비판적으로 검토한 인류학자의 연구(김현미 2003; 조한혜정 2003)는 한류 현상을 이해하기 위한 주요한 시각을 제공하였고, 이후 타분야 연구의 준거틀로 이용되고 있다(김수정·양은경 2006: 125; 신윤환 2006: 19-23; 이기형 2006: 225; 이동윤·안미나 2006: 101; 이진석외 2006: 157). 하지만, 한류에 대한 타학문의 경험적 연구가 팽창하는 상황에서 인류학적 연구는 상대적으로 확대되지 않는 모습을 보였다. 한국 연예인 팬클럽을 대상으로 하여 중국의 한류에 접근하고 있는 장수현(2006b), 고단단·장수현(2004)과 일본 네티즌을 대상으로 하여 일본지역연구자와 공동으로 연구를 행한 함한희(함한희·허인순 2005)가 한류를 본격적인 연구 대상으로 설정한 경우라 할 수 있을 뿐이다. 그 결과, 여타학문분야의 연구에서 나타나는 전형성에 대해 인류학적 연구가 제시할 수 있는 대안적 문제의식과 연구방법이 적절하게 부각되지 못하게 되었다.

경험적 자료를 이용하여 한류 현상을 분석하는 연구에서는 일정한 전형성이 나타난다. 그 중 하나는 한국 중심적 시각으로서, 한류를 수용자의 관점이 아닌 한국인의 관점에서 바라보려는 경향이 나타나는데, 이러한 연구에서 한류는 한국적인 것과의 관련 속에서만 의미 있는 것으로 이해된다. 함한희와 허인순의 연구는 이러한 연구가 갖는 제한적

4) 한류관련 담론 및 이론적 논의를 중심으로 한 연구의 예로는 김수정·양은경(2006), 박기수(2006), 신윤환(2006), 이기형(2006), 장수현(2006a), 조한혜정(2003) 등이 있다. 지역연구자의 단기방문 자료에 기초한 연구의 대표적 사례는 백원담(2005), 신윤환·이한우 외(2006)이다. 경영학(정형식 2006), 신문방송학(유세경·고민경 2006; 이준웅 2004), 사회교육학(이진석 2006), 경제학(이운영·강계삼 2006), 심리학(채지영·윤유경 2006) 등의 분야에서는 주로 통계적 자료 분석이 이용되고 있다. 드라마 내용 분석을 중심으로 한 연구에는 손병우·양은경(2006), 유세경·이경숙(2001), 최혜실(2007) 등이 있다.

성격을 적절하게 보여주고 있다. 이들의 연구에 따르면, 한류의 영향은 한국과 관련된 변화만을 야기한 것이 아니며, 그 소비자들의 일상적 생활과 인식 그리고 행동에도 일정한 변화를 가져왔다(2005: 118-130). 한류가 다차원적인 방식으로 소비자에게 수용, 전유되고 있음을 보여주는 이 연구는 수용자 중심적 시각의 필요성을 지적한다. 고단단과 장수현의 연구 역시 한류가 미친 한국 이미지에 대한 전형적 연구와는 차별적인 결과를 제시하고 있다. 이들은 한류가 한국에 대한 긍정적 이미지 형성에 영향을 미치고 있지만, 그 영향이 상당히 선별적이고 영역에 따라 불균형적으로 표현될 수 있음을 지적한다(2004: 252-255).

타 분야와 비교할 때 해외지역을 연구하는 인류학자는 보다 용이하게 한류 관련 현상에 접근할 수 있다. 한류 유행 국가에 대한 기존의 연구 경험을 바탕으로 보다 용이하고 맥락적으로 관련 현상을 이해하고 해석할 수 있기 때문이다. 이러한 장점에도 불구하고 한류 현상이 인류학적 연구의 관심사로 자리매김하지 못한 데에는 여러 이유가 있을 것이다. 그 중 하나는 조사방법과 연구자료의 성격과 관련된다. 즉, 한류와 관련된 연구를 수행한 경험이 없는 인류학자에게 있어 그에 대한 연구는 상당한 시간과 노력을 요구한다. 단기 방문을 통해 얻을 수 있는 인터뷰자료나 관찰자료에는 만족하지 못하지만 동시에 연구를 위한 심층적 자료를 쉽게 얻을 수 없다는 현실적 상황은 인류학자들 사이에서 한류 관련 연구가 활성화되지 못한 주요 요인으로 작용한 것처럼 보인다. 그 결과, 한류 관련 연구의 초기 단계에서 주요한 문제를 제기했던 인류학적 연구는 그에 대한 논의가 인문사회계 전분야로 확대된 이후 오히려 위축되는 경향을 보이고 있다.

이러한 문제의식 하에 이 글에서는 한국대중문화 소비가 가져온 영향을 인도네시아 네티즌을 대상으로 검토하고자 한다. 인터넷 담론을 연구 대상으로 선정한 이유는 접근상의 용이함 때문이었다. 현실 세계에서 얻어지는 자료에 비해 많은 제한점을 가지고 있음에도 불구하고,

인터넷상의 자료는 보다 쉽게 획득될 수 있다는 장점을 가지고 있기 때문에 시론적 성격을 띠는 이 연구에 부합하다고 사료되었다. 또한, 한류의 확산이 디지털과 인터넷 같은 신기술의 발전과 긴밀하게 연결되어 있다는 사실은 네티즌을 대상으로 한 연구가 갖는 의미를 높여줄 수 있다고 생각되었다.

이 글에서는 한국 대중문화에 장기간 노출된 인도네시아 네티즌 사이에서 형성된 한국 문화의 이미지와 한국에 대한 태도가 검토될 것이다. 한국 드라마에 표현된 한국인의 삶 중 어떠한 측면이 이들의 담론에서 부각되고 있으며, 그에 대한 평가는 어떠한지, 그리고 한국 대중문화에 대한 호감이 한국문화 자체에 대한 관심으로 확장될 수 있는지의 문제가 차례로 분석될 것이다. 또한 인류학 연구 대상으로서 인터넷 담론이 갖는 의미를 이해하기 위해 한국 문화에 대한 담론이 네티즌 사이에서 생산, 유통되는 과정이 검토될 것이다. 이에 대한 분석은 인터넷 담론이 갖는 쌍방향적 성격에 대한 이해를 고양시켜줄 것이다. 연구대상으로서는 한국 문화에 대한 글을 자유롭게 게재하고 토론할 수 있는 인터넷 토론모임(discussion group)이 선정되었다.

2. 한국 문화에 대한 인터넷 포럼

인도네시아에서의 한국 대중문화 유행은 다른 동남아시아 국가에서 보다 늦게 시작되었다. 2002년 ‘가을 동화’가 처음 방송되어 인기를 얻게 되었고(코트라 2006: 251), 이는 한국 드라마에 대한 방송 수요를 증가시켰다. 방송위원회 자료에 따르면(2004~6), 한국드라마 수출편수는 2003년 206편에서 2005년 607편으로, 수출액 역시 29만여 달러에서 114만여 달러로 급증하였다. 드라마 유행은 다른 분야로 확장되어 한국가요와 영화 역시 한류 열풍의 전인차 역할을 했지만, 드라마에 대한 수요가 가장 지속적으로 유지되고 있다.⁵⁾

인도네시아의 사례는 한류 유행의 원인으로 기존 연구에서 빈번하게 이용되고 있는 문화적 근접성(cultural proximity) 개념을 상이한 각도에서 검토할 수 있도록 한다. 장수현(2006: 11-14)에 따르면, 학자들이 주목한 문화적 근접성의 내용은 두 가지로 대별될 수 있다. 하나는 그 핵심을 문화전통의 공유성에서 찾는 입장이고⁶⁾ 다른 하나는 그것을 서구적 근대화와 소비사회로의 전환 과정에서 공통적으로 갖게 되는 욕구에서 찾는 것이다. 한국과 인도네시아가 공유하는 문화적, 역사적, 종교적 전통이 부재함을 고려하면, 인도네시아의 한류는 첫 번째 입장을 쉽게 적용시킬 수 없는 사례로 기능할 수 있다. 급격한 경제 성장 후 90년 후반부터 경제 위기의 고통을 겪어왔던 인도네시아의 상황을 고려하면, 인도네시아와 한국이 자본주의적 발전상의 공통적 경험을 공유하고 있다고 평가할 수 있다. 하지만, 이슬람이라는 상이한 문화적 배경을 전적으로 배제한 채 유사한 경제적 경험에만 근거하여 문화적 근접성을 거론하는 입장 역시 일정한 한계를 가지고 있다. 인도네시아의 한류를 설명하기 위해서는 그것이 매우 복잡적이고 다양한 내용들로 구성되어 있다는 인식하에(고단단·장수현 234) 다양한 집단을 대상으로 한 경험적 연구의 축적이 요구된다.

한류의 원인이 아닌 그 영향에 주목하고 있는 이 글에서는 인도네시아 인도시아르(Indosiar) 방송의 인터넷 포럼이 연구 대상으로 선정되었다. 인도시아르는 10여 개의 민영 방송 중 가장 높은 시청률을 가진 방송국으로서(김영덕 2004: 44), 2007년 상반기 중 네 편의 한국 드라마를 방송할 정도로(윤재식 2007: 23-4) 한국드라마 수용에 적극적인

5) 2007년 상반기 동안 6편의 한국드라마가 인도시아르(Indosiar) 방송국과 안티비(AN TV)방송국을 통해 방송되었다(윤재식 2007: 23-4).

6) 한국과 중국, 대만, 홍콩, 싱가포르, 베트남 사이의 근접성은 유교문화에서(이한우 2006: 136-7; 김상 2006: 170-4), 그리고 한국과 몽골 사이의 근접성은 종족적 동질감이나 상호접촉의 역사에서 찾아진다(김선호 2006: 112; 신윤환 2006: 30). 이런 시각이 보다 극단적으로 적용된 경우는 태국의 한류를 문화적 근접성의 개념으로 설명하려는 연구로서, 김홍구(2006: 204-6)는 두 문화의 친화력을 불교문화에서 찾고 있다.

다. 인도시아르는 2002년부터 방송프로그램과 관련하여 시청자들이 자유로운 토론을 벌일 수 있는 인터넷 공간을 제공하고 있는데, 이 사이트 (<http://lautan.indosiar.com>)는 높은 네티즌의 참여도를 기록하고 있다. 2006년 12월 포럼의 등록회원수는 65,722명이었으며, 그 중 한 번이라도 글을 게재한 회원은 28,419명이었다. 이 포럼은 11개의 하위주제로 구성되어 있으며, 포스팅되어 있는 전체 글은 2,322,672개였다.

11개의 주제 중 대중문화와 관련된 것은 외국 드라마, 음악, 영화였다. 그 중 규모면에서 가장 큰 것은 외국 드라마였으며, 그 안에 나라와 주제별로 구분된 7개의 하위포럼이 위치하고 있다. 주제별로는 드라마를 다루는 하위포럼과 연예인에 대해 토론하는 하위포럼이 있었고, 나라별로는 인도, 일본, 중국, 한국, 서양 등 5개의 하위포럼이 존재했다. <그림 1>에서 볼 수 있는 있는 것처럼, 국가별로 구분된 5개의 하위포럼 중 ‘일본드라마’(Dorama Jepang)에 가장 많은 토론모임(discussion groups)이 존재했다. 반면, 가장 많은 글이 게재되어 있는 하위포럼은 ‘한국드라마’(Korean Dramas)였다. 한국 드라마와 관련되어 포스팅된



<그림 1> 인도시아르 방송의 ‘외국드라마’ 포럼의 첫 번째 웹 페이지

글의 수는 두 번째로 많은 글이 게재된 ‘중국드라마’(Serial Mandarin) 보다 두 배 이상 많아서, 한국 드라마에 대한 네티즌들의 높은 관심을 보여주고 있다.

‘한국드라마’ 아래에는 198개의 토론 모임이 있었다.⁷⁾ 그 중 가장 많은 글이 게재된 모임에는 2,838개의 글이 포스트되어 있었고, 조회수는 86,217회에 달했다. 1,000개 이상의 글이 게재된 토론 모임의 수는 29개였으며, 10,000회 이상의 조회수를 기록한 토론모임은 50개였다.

연구 대상으로 선정된 토론모임은 ‘필름에서 당신이 좋아하거나 좋아하지 않는 한국 사람의 관행’(Kebiasaan Org Korea Yg U Suka/Ga Suka di Film-Filmnya)이라는 주제 하에 만들어진 것이다. 2005년 7월에 처음 시작된 이 토론모임은 ‘한국드라마’에서 중간 정도의 인기를 가지고 있었다. 게재된 전체 글의 수는 2006년 12월까지 188개였고(반복되는 것을 제외할 경우 181개), 전체 198개의 토론모임 중 95번째로 많은 글이 포스트되어 있었다. 전체 조회수는 3,347회로서, 92번째에 해당하였다. 181개의 글은 96명에 의해 작성되었는데, 가장 많이 글을 올린 사람이 12번에 걸쳐 글을 게재하였고, 두 차례 이상 글을 포스트한 사람이 30명, 한 차례만 포스트한 경우가 65명이었다.

높은 인기를 가지고 있지 않음에도 불구하고 이 토론모임이 연구 대상으로 선정된 이유는 그 주제 때문이다. 높은 인기를 가진 토론모임이 특정 드라마나 연예인과 관련되어 운영되었던 것과 달리, 이 토론모임은 드라마를 통해 파악된 한국적인 것과 한국인의 관습을 중심으로 운영되었다. 그 토론의 핵심축에는 ‘좋아하는 것/좋아하지 않는 것’이 놓여 있었지만, 드라마를 통해 접하게 된 한국 문화 일반에 대한 논의가 대다수 글의 중심을 구성하고 있었다. 이러한 측면에서, 이 토론모임은 인도네시아 시청자들의 관심을 끄는 한국 문화, 이 과정에서 고정화되

7) <그림 1>에 제시된 토론 모임의 수는 684개이지만, 이는 조사 당시까지 만들어진 모든 토론모임의 수를 지시했다. 현재 활동하고 있는 토론 모임으로 제한할 경우 그 수는 198개였다.



〈그림 2〉 연구대상 토론모임의 첫 번째 웹페이지

는 한국 문화의 이미지, 한국문화의 이미지가 생산, 유통, 재생산되는 과정, 대중문화에 대한 관심의 한국문화에 대한 관심으로의 확장 등의 문제를 검토하기에 유용한 자료를 제공해 주고 있다.⁸⁾

3. 인도네시아 네티즌이 바라본 한국인의 관습

거의 모든 사용자(users)에 의해 지적된 가장 싫어하는 한국인의 관습은 빈번한 폭력의 사용이었다. 이들의 설명에 따르면, 폭력과 관련된

8) 2006년 인도네시아 인터넷 사용자는 1,600만 명 정도로 추산되는데, 이는 전체 인구의 10퍼센트도 되지 않는 비율이다. 인터넷 사용자는 연령상으로 보았을 때 10대와 20대의 젊은 세대, 지역적으로 보았을 때 자바의 대도시 거주자를 중심으로 구성되어 있다. 이들은 상대적으로 높은 교육을 받고 경제적으로 부유한 집단에 속해 있으며, 외부로부터의 영향에 보다 적극적으로 반응하는 집단이다. 연구대상의 이런 속성은 이 연구의 결과가 한국 드라마와 접하는 다수의 인도네시아 시청자에게 직접 적용되기에 한계를 가지고 있음을 시사한다. 인터넷 사용자 관련 자료의 출처는 http://www.indexmundi.com/indonesia/internet_users.html이다.

행동은 거의 모든 드라마에서 보편적으로 관찰되는 현상으로서, 한국 드라마의 필수적 부분으로 여겨졌다. 폭력의 부위로는 머리가, 폭행의 대상으로는 어린이나 학생이 특히 주목을 받았는데, 한 사용자는 그에 대한 생각을 다음과 같이 지적하였다.

[드라마에서 한국 배우들은] 세계 때리는 것을 좋아한다. 게다가 [남성이] 여성을 때린다, [또한] 아이나 남편을 때리는 여성, 연인을 때리는 여성[도 존재한다], [이들 모두는] 미쳤다. 게다가, [드라마에서의 폭력은] 연기가 아니라 정말로 때리는 것이다, 오싹하다! 게다가 가장 많이 때리는 부위가 머리이다, 놀랍지 않은가! 더욱 놀라운 점은 맞는 사람이 이를 일상적으로 받다드린다는 점이다. 마치 [폭력을] 적절한 것으로 여기는 것처럼 보인다.

폭력을 설명하기 위해 네티즌들은 거친(kasar), 예의 없는(tidak sopan), 예절바르지 못한(kurang etis), 가학적(sadis), 소름끼치는(serem), 천박한(vulgar), 무서운(takut), 권위적인(otoriter), 오싹한(mengerikan), 더러운(jorok) 등의 표현을 이용했는데, 그 중 가장 빈번하게 나타났던 것이 kasar였다. Kasar는 그 반대 개념인 halus와 함께, 인도네시아 문화, 특히 자바 문화에서 인간 행동을 구분하는 핵심적 역할을 한다. ‘거친’, ‘서투른’, ‘조잡한’, ‘예의 없는’, ‘문명화되지 않은’과 같은 부정적 의미를 가진 kasar와 ‘세련된’, ‘품위 있는’, ‘우아한’, ‘예의 바른’, ‘문명화된’ 등의 의미를 갖는 halus의 이분법적 틀은 사회에서 이상적 행동 양식이 무엇인가를 결정하는 기준이 된다(Geertz 1960: 232-234). Kasar에 부여된 이러한 문화적 가치를 고려해보면, 한국인의 폭력이 단순히 싫어하는 범주의 행동이 아니라 지극히 부정적인 가치를 갖는 행동으로 취급되고 있음을 알 수 있다.

Kasar와 동일한 수준의 부정적 평가를 받는 것은 아니지만, 좋아하지 않는 범주에 속하는 한국인의 행동은 술과 관련된다. 취할 정도로 술 마시기, 토하기, 강제로 술 권하기, 술 먹은 후 가라오케 가기 등은 쉽게 이해될 수 없는 행동으로 이해되었다. 여성의 낮은 지위나 여성에

대한 낮은 대우 역시 음주 관행만큼이나 빈번하게 지적된 문제였다.

한국인의 관행 중 좋아하는 것으로 가장 빈번하게 지적된 측면은 부모 혹은 연장자에 대한 공경이었다. 이를 보여주는 사례로는 인사, 두 손으로 물건 주기, 어른 앞에서 술 마실 때 몸을 옆으로 돌리기, 버스나 지하철에서 자리 양보 등과 같은 태도와 행동이 거론되었는데,⁹⁾ 2311이라는 사용자명을 갖는 네티즌은 자신의 생각을 다음과 같이 표현하였다.

한국 드라마와 영화를 보게 된 이래 나는 많은 교훈을 얻었다. 그 곳 사람들은 부모를 정말로 공경하는 것 같다, 부모가 죽은 후에도 [공경은 지속된다]. 드라마 상에서 불량하거나 깡패 역할을 하는 젊은이조차 부모에게 거칠거나 상스럽게 말하지 않는다.

네티즌이 호의적으로 받아드린 두 번째 관습은 사랑의 표현 방식이다. 한국인, 특히 한국 남자는 연인에게 매우 로맨틱하게 행동하는 것으로 이해되었다. 다음으로는 자동차, 핸드폰과 같은 공신품 그리고 음식, 의복, 한국어와 같은 고유의 문화적 품목이 거론되었다. 공신품은 한국인의 현대적인, 풍요로운, 소비적인 삶을 보여주는 것으로 이해되었다. 한국의 고유문화는 보통 인도네시아 문화와 비교되면서, 그 독창적 측면이 부각되었다.

전체 토론글을 통해 가장 상반된 평가를 받았던 주제는 음식 먹는 방식이었다. 음식을 나누지 않고 같은 그릇에서 먹는 행동, 냄비에서 바로 음식을 먹는 행동,¹⁰⁾ 입에 음식물이 있는 상태에서 또다시 음식을

9) 연장자에 대한 공경은 인도네시아 특히 전통자바문화에서 강하게 존재했다. 이런 태도는 언어 사용방식을 통해 가장 쉽게 예시될 수 있는데, 존댓말과 반말 체계를 갖는 자바어 화자 사이에서 연배는 존댓말 사용의 주요 기준이었다. 하지만, 자바사회에서 연장자에 대한 공경의 태도가 적용되는 행동영역은 한국과 차이를 보이며, 한국보다 훨씬 제한적이다. 예를 들어, 음식물을 둘러싸고 나타나는 연장자에 대한 예절은 자바 사회에 거의 존재하지 않는다. 연장자에 대한 공경의 문화를 가지지만 동시에 그 적용 범위가 제한적이라는 이유로 인해, 한국드라마에 나타난 연장자에 대한 예절이 인도네시아 네티즌들의 주목을 끌었으리라 생각된다.

첨가하는 행동, 음식 먹으면서 이야기하는 행동 등은 더럽고 토할 것 같다는 의견에서부터 보기 좋고 식욕을 촉진시킨다는 의견까지 상반된 평가를 받았다. 음식 먹는 방식과 관련된 상반된 평가의 예는 다음과 같다.

사람들은 다른 사람들과 큰 그릇을 공유한다. 라면을 먹을 때에는, 만약 10명이 있다면, 20개의 젓가락이 같은 그릇에 들어간다! 하하하 ... 역겹다! 그들이 한 수저 가득 밥을 퍼 입에 집어넣는 것을 볼 때면 걱정스럽다??! 어떻게 그렇게 많은 밥을 한 번에 먹을 수 있나? 나 역시 한 번 시도해 본적이 있다, 하지만, 나는 토했고, 숨이 막히는 것 같았다!! bwahahahaha ... !!!

나는 그들이 먹는 것을 보기 좋아한다. 그들은 음식에 높은 가치를 부여하는 것 같다. 나도 시도해본 적이 있다, 한 수저 가득 채워진 밥을 먹는데 성공했다 🤢 ... 내가 따라할 수 없었던 행동은 밥으로 가득 찬 입에 생선, 야채 등을 첨가하는 것이었다, wuidiiiihhhhh. ... 그들의 입은 초자연적 힘을 가진 신비한 것임에 틀림없다. 🤢🤢

토론모임에 참여하는 네티즌들은 호기심으로 가득 찬 매우 섬세한(attentive) 관찰자였다. 이들은 드라마틱한 행위나 장면뿐만 아니라 한국인에 의해서도 쉽게 간과될 수 있을 일상의 매우 소소한 행동에도 주목하고 있었다. 한국적 관행에 접하면서 이들은 때로 문화적 충격을 경험하기도 하고, 때로 인도네시아문화와의 유사성과 차이성을 이해하기 위해 비교문화적 시각을 적용하기도 했다. 이들의 상황은 한국드라마가 한국인의 관습이 소개되고, 고려되고, 평가되는 중요한 매개임을 보여준다. 이러한 만남의 과정에서 네티즌들이 처음 보였던 한국의 현대성과 하이테크에 대한 관심은 점차 일상의 다양한 영역으로 확산되었다. 이러한 전환은 인도네시아인에게 잘 알려져 있지 않은 한국 문화에

10) 음식 공유는 인도네시아 문화에서 광범위하게 나타나는 관행이지만, 그 방식은 음식이 담겨진 그릇에서 개인의 몫을 떨어져 개인 용기에 담아 먹는 것이다. 따라서 하나의 그릇에 담겨져 있는 음식을 같이 먹는 한국인의 관습은 이들에게 낯선 것으로 비추어지게 된다.

대한 전반적 관심으로 발전되는 양상을 보였다.

4. 인터넷 담론 형성 과정의 특징

네티즌들은 드라마에 표현된 모습과 현실 세계의 모습 사이에 불일치가 존재할 수 있음을 인식하고 있었다. 이들은 드라마가 현실을 있는 그대로 반영할 수 없다는 점에 동의를 표했지만, 전자와 후자가 명확히 분리되어야 한다는 의견에는 동조하지 않았다. 절충적인 견해, 즉, 드라마가 현실의 상당 부분을 반영한다는 의견이 일반적으로 받아들여졌는데, 이는 다음 두 네티즌, Fanny agustbrata와 usako의 글에 표현되어 있다.

내 의견에 따르면, 한국 것을 포함한 영화와 드라마는 한 국가의 진실한 문화를 대부분 보여준다. 필름과 드라마에 나타난 관습들은 사람들의 문화를 묘사하며, 그것을 단지 완전하게 보여줄 수 없을 뿐이다.

드라마와 필름에 나타난 것은 그들의 관습이다. ... 만약 그것이 가공된 것이라면, 어떻게 가능한가! ... 게다가, 우리 토론모임에 있는 많은 참가자들은 [현실 세계에서] 한국인의 관습을 직접 접해 보았다.

Usako가 지적한대로, 절충적 견해가 쉽게 받아들여질 수 있는 이유는 네티즌이 드라마의 내용뿐만 아니라 현실 세계에서의 경험을 자신의 논의에 포함시키고 있기 때문이었다. 한 명의 네티즌이 특정한 관행의 현실성을 묻는 질문을 게재하면, 다른 네티즌이 현실에서의 지식과 경험에 기반을 두어 답글을 남기는 경우가 많았다. 이런 방식으로 토론이 진행됨에 따라, 문제되는 관행은 일정한 맥락 속에 놓이게 되며, 실제 삶에서의 위상 역시 비판적으로 검토될 수 있었다.

네티즌이 이용하고 있는 현실 세계에서의 경험은 다양한 직간접적 경험을 포함했다. 한국에 갔던 경험, 한국인을 만났던 경험, 한국인에게

〈표 1〉 네티즌에 의해 이용된 현실 경험

user id	출처	내용
iyaiya	자신의 중국어 선생	가이드를 했던 경험, 한국 여성이 화나면 핸드폰 던지고 사람 때리는 것을 좋아했다고 함
usako	한국인을 만났던 친구	한국 사람은 일상적으로 물건 던지고 머리 때림
love in sung82	한국 회사에서의 경험	자기 사무실에서의 경험, 한국 사람은 폭력적, 심지어 사장이 매니저를 때리기까지 함
m3li4	한국인과 아파트에서 살아본 경험	머리 때리기 좋아함, 행동도 거침

들었던 이야기, 한국에서 일했던 친구나 한국인을 아는 친구를 통해 들었던 이야기, 한국인과 같이 살거나 일하면서 얻었던 경험 등이 자주 이용되었다. 예를 들어, 한국인의 폭력성과 관련된 토론이 진행될 때 네티즌에 의해 이용된 현실세계에서의 경험은 〈표 1〉과 같았다.

네티즌이 이용하는 경험의 출처를 통해볼 때, 이들의 토론이 단지 미디어를 통해 표현되는 내용에 국한되어 진행되지 않음을 알 수 있다. 토론과정에서는 온라인과 오프라인의 융합(fusion)이 일어나며, 이들은 드라마를 통해 표현된 것과 실제생활에서 직접 들었거나 경험한 것 사이의 유사성과 차별성을 찾기 위해 노력했다. 이러한 태도로 인해 이들은 미디어에 투영된 한국적 관습을 해석하는데 있어 반성적이고 비판적인 시각을 견지할 수 있었다.

인터넷의 쌍방향적 속성은 토론모임의 논의가 진행되는 방식에도 일정한 영향을 미쳤다. 한 명의 네티즌이 질문을 하면, 이 후 몇몇 네티즌이 답변을 하는데, 이러한 과정을 통해 공유된 의견이 출현하였다. 이와 관련되어 이 토론모임에서 나타났던 가장 흥미로운 사례는 비빔밥과 관련된 것이었다. 토론은 비빔밥이라는 용어를 알지 못했던 한 네티즌에 의해 촉발되었다(〈표 2〉).

비빔밥이라는 이름을 가르쳐 준 후 angel_utt는 그 요리법을 소개하였다. 그의 지식수준은 상당하여, 한국음식 재료나 양념을 구하지 못할

〈표 2〉 비빔밥 관련 토론 내용 I

user id	내용
xxxxzzz	… 그들은 그릇에서 직접 이것을 먹는데, 밥을 다양한 반찬 및 고기와 함께 집어넣고, 이후에 섞는다. … 이것이 무엇인지 알려주세요.
Gie_chan	그것은 한국의 특별한 음식처럼 보인다. 그 이름을 잊어버렸다. … 알려주세요.
angel_utt	음식 이름은 비빔밥이다. 나도 한 번 먹은 적이 있었는데, 매우 맛있었다.

〈표 3〉 비빔밥 관련 토론 내용 II

user id	내용
aqua_marine	그 이름은 돌솥비빔밥이다. … 친구와 함께 금식일이 끝난 후 한국음식점에 가서 이 음식을 먹을 계획을 가지고 있다.
Fenris Fenrir	한국 음식점에서 파나요? 그렇다면, 나도 한 번 먹어왔으면 좋겠네.

경우 대안적으로 사용할 수 있는 인도네시아 음식재료를 제시하였다. 이후 한 네티즌이 또 다른 종류의 비빔밥에 대해 질문했고, 곧바로 답변이 이루어졌다(〈표 3〉).

Aqua_marine이 이후의 글에서 한국음식과 식당에 관한 신문 기사를 첨부함으로써 이들의 논의는 끝이 났다. 그의 글은 다른 네티즌들에 의해 좋은 평가를 받았으며, 그는 이후 한국음식의 후원자라 불렸다.

네티즌에 의해 제기된 질문 모두가 집합적 탐구의 대상이 되지 않았으며 토론 대상이 된 주제 모두가 올바른 방식으로 결론을 맺은 것은 아니었다. 예를 들어 소풍음식을 분홍색 보자기로 포장하는 관행, 화가 났을 때 머리 뒤편을 문지르는 행동 등은 네티즌의 관심을 끌지 못했다. 감옥에서 출소한 사람이 두부를 먹는 행동, 병원에서 볼 수 있는 흰색 연기 등은 잘못된 방식의 설명으로 결론이 맺어졌다. 이러한 한계에도 불구하고, 질문이 제기되고 답변이 이루어지는 과정은 인터넷 담론이 한 개인의 읽기와 쓰기에 기초한 일방향적인 과정이 아닌 여러 네티즌의 쌍방향적 의사소통에 기반하여 형성되고 있음을 보여준다.

토론모임에 참여함으로써, 네티즌은 한국 문화에 대한 관심과 인식을 고양시킬 수 있었다. 특정한 문제와 관련된 글을 읽은 후 이들은 그 문제에 대해 매우 의식적인 상태로 전환하였으며, 드라마를 보거나 일상에서 활동하는 과정에서 그와 관련된 문제를 찾아내려고 노력했다. 한국 드라마 속의 운전자 성씨와 관련된 토론은 이러한 피드백 과정을 적절하게 예시하고 있다.

Khansa라는 네티즌은 한국 운전사의 이름이 항상 ‘김’이라고 지적했다. 이 의견에 대해 여러 네티즌이 동의를 표했는데, 이들의 반응은 이 글이 네티즌의 행동에 미친 영향을 보여준다. 한 네티즌은 **khansa**의 글을 읽은 후 드라마 내용에 김씨 운전사가 나오자 웃음을 감출 수 없었다고 지적했다. 다른 네티즌은 한국인의 성씨 중 김, 박, 이가 많다고 이야기하면서, 산에서 돌을 던지면 이러한 성씨를 가진 사람 중 한 명을 맞힐 수 있다고 적었다. 또 다른 네티즌은 **khansa**의 주장을 반박했는데, 주의 깊게 관찰한 결과 드라마에 나오는 운전기사의 이름이 ‘김’이 아닌 ‘송’임을 발견했다고 했다. 다른 네티즌은 이 의견에 반대하면서, 그 근거로 자신의 사무실에 근무하는 한국인 중 많은 사람이 김씨라는 설명을 첨부했다.

인터넷상에서의 활동은 네티즌으로 하여금 보다 주의 깊게 한국 드라마를 시청하고, 보다 조심스럽게 일상의 경험을 인식하도록 했다. 이러한 의미에서 온라인과 오프라인은 융합된다. 오프라인에서 얻어진 정보가 온라인으로, 온라인이 오프라인으로 피드백되며, 이러한 과정을 통해 한국문화에 대한 이해가 심화되게 된다.

5. 한국 문화로의 관심 확장

한국 드라마에 노출됨에 따라 한국에 대한 관심이 고양되었다. 이러한 관심으로 인해 네티즌은 때로 자신들이 좋아하는 것을 직접 향유하

고 경험하려는 경향을 보였다. 이들이 직접 행하려 했던 것은 크게 세 부류로 나눌 수 있는데, 특이한 관행의 모방, 한국어 사용 및 습득, 한국 물건 이용이 그것이다.

앞서 지적된 대로, 네티즌의 주의 깊은 태도는 한국인의 독특한 관행을 쉽게 찾아낼 수 있도록 했다. 이들 중 일부는 이런 관행을 좋아했으며, 그 경험 — 예를 들어, 집안에서 슬리퍼 신기, 주머니에 손 넣기, 명 자국 위에 계란 문지르기 등 — 은 곧바로 토론 대상이 되었다. 한국과 관련된 여러 관행 중 특히 많은 관심을 불러 일으켰던 것은 냄비에서 직접 라면 먹기와 여러 사람이 한 그릇에 있는 음식을 같이 먹기였다.

한국 드라마와의 접촉은 한국어에 대한 관심으로도 이어졌다. 이들 중 몇몇은 다양한 한국어 어휘와 표현을 자신의 글에 삽입시켰고, 한국어를 배운 경험에 대해 이야기했다. 이들의 언어 교본이 책이 아닌 드라마였다는 이유로 인해 이들이 사용하는 몇몇 어휘 역시 교과서에서는 쉽게 찾아볼 수 없는 것이었다. 이들 중 몇몇은 한국어에 대해 매우 순진한 그리고 인상에 기초한 의견을 제시하기도 했는데, 이들에 따르면 한국어는 듣기에 좋으며 한국어 발음은 귀엽고 한글은 보기에 좋다. 아래 <표 4>는 네티즌이 사용한 한국어 어휘 목록이다.

네티즌은 한국 공산품에 대해서도 많은 관심을 표현했고, 한국산 자동차, 핸드폰, 전자제품, 액세서리와 의류 등을 자주 거론했다. 이 중 인도네시아 젊은이들의 주요 소비 품목인 핸드폰에 대해 특히 많은 글

<표 4> 네티즌이 이용한 한국어 어휘

품사	사례
고유대명사	고추장, 불고기, 비빔밥
일반 명사	언니, 아지마(ajema[아줌마]), 남자
구문	빨리빨리, 아자아자 파이팅 (acha[za] acha fighting), 감사합니다, 안녕[하세요], 알았어 (arraso), 미안해 (mianhae)
감탄사	아이구(aigoo), 아이시(haisshhh), 오이(oyi), 아이쉬(haish), 냘냘

〈표 5〉 숟가락 관련 토론 내용

user id	내용
katrie	한국 숟가락을 찾으러 슈퍼마켓에서 전통시장까지 돌아다녔는데 찾을 수 없었다, 이 것 파는 곳을 아는 사람 있나?
yukito	[katrie 의 글에 대한 댓글] 나도 숟가락 열심히 찾았다, 카르푸에서 유사한 것을 본 적이 있었는데, 그 길이가 TV에 나오는 것처럼 길지 않았다. 나도 찾고 있는데, 찾은 사람 있으면 가르쳐 주세요.
angel_utt	오랫동안 한국 숟가락과 젓가락을 찾고자 했다. 자카르타의 큰 쇼핑몰을 여러 군데 찾아 다녔지만, 찾을 수 없었다. 결국, 내 친구가 한국에 갈 때 선물로 사 달라라고 해서 얻게 되었다.
Boogie	비슷한 수저를 가지고 있다, 긴 것, 하지만, 아래 둥근 쪽이 그리 크지 않다. 뭔지 아니? 티스푼이다. 하지만, 밥 먹을 때 사용해보도록 해라. 느낌이 매우 좋다.
Headz	한일이라는 슈퍼마켓에서 살 수 있다고 들었다. 이 상점은 Radio Dalam 지역에 있다고 한다. 그런데 매우 무거워서 안정감을 준다고 한다.

이 게재되었으며 그에 대한 강한 소유욕이 표현되기도 했다. 하지만 관심을 받았던 물건이 공산품에만 국한된 것은 아니었으며, 일상의 물건 역시 그 대상이 되었다. 하나의 예로, 한국의 젓가락과 숟가락은 여러 네티즌에 의해 논의된 대상이었는데, 이 물건을 얻기 위한 네티즌들의 노력이 〈표 5〉와 같이 다양하게 제기되었다.

친구를 통해 한국 숟가락과 젓가락을 얻은 angel_utt는 거의 매일 그것을 사용했다고 했다. 그에 따르면, 한국 숟가락을 가지고 작은 그릇에 푹 뜨거운 밥을 먹으면, “마치 한국사람이 된 것 같은 느낌이 든다.” 이 인용문에 드러나 있는 것처럼, 한국문화에 대한 관심과 한국물건을 향유하려는 욕구는 한국인과 한국문화에 대한 호호적인 태도를 강화시키는 방향으로 확장될 개연성을 가지고 있었다. 이 토론모임에 글을 게재한 96명의 네티즌 중 두 명에게서 한국 문화에 대한 광적인 선호 양상이 나타났다.¹¹⁾ 그 중 한명은 자카르타에 사는 중국계 인도네시아인이었다. 그의 사용자 아이디인 Lee-Mong-Ryong이 보여주는 것처럼, 그

11) 두 명의 네티즌과 관련된 자료는 이메일 교환을 통해 수집되었음.

는 ‘쾌걸 춘향’(Sassy Girl Chun Hyang)이라는 한국 드라마의 열성팬이었으며, 그와 관련된 블로그를 가지고 있었다. 한국적인 것에 대한 그의 극단적 우호감은 다음과 같이 표현되어 있었다:

와 ... 바지 주머니에 손을 넣는 관행과 관련해서, 나는 그것을 보기 매우 좋아한다. 지금까지 그 관행을 따라했고, (오른쪽) 주머니에 손을 집어넣는 것이 내 습관으로 자리 잡았다. ... 나는 쥐 난 현상과 관련된 한국인의 행동 역시 좋아한다. ... [즉] 손가락으로 코를 가리킨 후 혀를 가리키는 것. ... 이것 역시 내 습관이 되었다. ... 지금까지, 나는 한국적인 모든 관습을 좋아하게 되었다. ... 만약 당신이 오른쪽 소매에 한국 국기가 그려진 재킷을 입고 있고, 오토바이 앞뒤에 한국 국기가 붙어있는 Honda 오토바이를 탄 남자를 발견하게 된다면, 그것은 바로 나다 ... 🇰🇷(한국 사랑 [loveee Korea]).

한국에 대한 관심과 애정 어린 태도는 또 다른 네티즌, Princess-nergy에게서 특이한 방식으로 표출되었다. 한국 드라마와 관련된 토론모임에만 글을 올리는 Princess-nergy는 한국 드라마 내용 중 자신이 싫어하는 면을 지적한 후 그 수정을 요청했다. 이는 다음과 같은 이유 때문이었는데, 그녀는 한국 드라마나 한국에 대한 비판에 대해 대응해야 할 의무감을 드러내고 있었다.

한국 남자 배우들은 눈물 흘리기를 좋아하지만, 그래서 안 된다. 그들이 눈물을 흘리고 있는 모습을 보면 당황스럽고, 한국을 좋아하지 않는 내 친구들이 [이 문제와 관련하여] 나를 조롱할 때, 어떻게 대답해야 할지 모르겠다.

두 명의 네티즌은 매우 극단적인 사례에 속한다. 하지만, 이들의 사례는 한국 드라마와 영화에 대한 관심이 한국에 대한 관심 그 자체로 전환될 수 있음을 시사한다. 한국을 방문한 적도 없고, 한국 친구를 가지고 있지 않은 인도네시아인이 한국에 대해 열광하며 한국과 관련된 것을 대변하고 옹호할 수 있다. 이러한 측면에서 인도네시아 네티즌의 지속적인 한국 대중문화 소비는 접촉 초기의 호기심과 문화적 충격을 관

심과 흥미로, 나아가 애정과 열광으로 전환시켜 줄 매개로서 기능할 잠재력을 가지고 있다.

6. 맺음말

한국 드라마와 영화에 관심을 가진 인도네시아 네티즌은 호기심을 가진 주의 깊은 관찰자였다. 이들은 드라마틱한 행동이나 장면뿐만 아니라 일상의 미세한 행동에 대해서도 주목하였고 한국과 인도네시아 문화 사이의 유사점과 차이점을 이해하기 위해 비교문화적 시각을 적용하였다. 이와 같은 타문화와의 만남에서, 한국의 현대성이나 높은 기술력에 대한 초기의 관심은 일상의 제영역으로 점차 확대되었다. 인도네시아 네티즌은 또한 반성적 관찰자였다. 이들은 텔레비전이 현실 생활에서 일어나는 모습을 그대로 반영한다는 시각을 단순히 수용하지도 거부하지도 않았다. 그 대신 이들은 텔레비전에서 그려지는 모습과 실제 생활에서 이야기되고 경험되는 모습 사이의 유사성과 차별성을 균형적으로 바라보기 위해 노력했다. 이들의 모습 속에서는 온라인과 오프라인의 융합을 찾아볼 수 있어서, 오프라인에서 모아진 정보가 온라인으로, 온라인의 정보가 오프라인으로 피드백되었다.

한국 드라마를 소비하고 한국에 대한 관심이 확대됨에 따라 한국 물건을 향유하고 한국 관습을 모방하려는 네티즌의 욕망 역시 증가하였다. 이들이 주목했던 관심과 향유의 대상은 기존 한류 연구에서 집중적으로 논의된 한국산 공산품뿐만 아니라 일상적인 관습을 포함했다. 냄비에서 직접 음식 먹기, 젓가락 사용, 주머니에 손 집어넣기 등과 같은 행동이 토론의 중심 주제로 부상하였고 그 경험이 네티즌 사이에서 공유되었다. 이러한 사실은 한류에 따른 문화적 접촉이 일상의 다양한 영역으로까지 확장될 수 있으며, 인터넷상의 활동이 그 확대재생산에 일조하고 있음을 보여준다.

한국 드라마의 소비가 한국과 한국인에 대한 호의적인 태도로 발전하는 경우가 일부 네티즌 사이에서 발견되었다. 한국을 방문하였거나 한국 친구를 사귀는 경험 없이도 이들은 한국에 대한 열성 팬으로 전환되었다. 이들에게서 나타난 한국에 대한 극도의 우호적인 태도는 드라마와 영화를 통한 교류가 면대면 교류를 통해서도 쉽게 얻어질 수 없는 효과를 유발할 잠재력을 가지고 있음을 보여준다.

본 연구는 인터넷상의 담론이 인류학 연구의 자료로서 갖는 의미를 검토할 기회를 제공한다. 인터넷 담론이 현실 생활과 유리되어 형성되기보다는 그와 연결되어 있음을 고려할 경우, 익명적 성격을 띠고 있다는 이유 때문에 그 가치를 무시하는 경향은 바람직스럽지 않다. 이보다는 인터넷 자료의 제약성을 극복할 방법을 찾기 위한 적극적인 노력이 요구된다. 이 연구에서 시도된 두 가지 방식은 인터넷 자료의 맥락성을 제고하기 위한 방법으로 고려될 수 있을 것이다. 하나는 이메일을 통한 추가적 자료의 수집이다. 이 경우 네티즌에 대한 신상 정보가 일정정도 축적될 수 있기 때문에 자료를 보다 맥락적으로 해석하는 작업이 가능할 수 있다. 다른 방식은 동일 네티즌의 활동을 복수의 인터넷 공간에서 검토하는 것이다. 인터넷상에서 나타나는 특정 개인의 활동 양식에 대한 보다 균형적인 시각을 획득함으로써 자료 해석의 신뢰도를 높일 수 있을 것이다.

익명적 성격을 띠고 있는 인터넷상의 자료가 현실에서 직접 획득된 자료만큼의 가치를 인류학적 연구에서 갖기는 거의 불가능하다. 하지만, 인터넷 사용의 팽창 그리고 일상적 삶에서 사이버 세계가 차지하는 중요성의 증가 등을 고려해보면 인터넷상에 존재하는 ‘일차 자료’에 대한 경시는 현실을 보여줄 중요한 자료를 간과하는 우를 초래할 수 있다. 따라서 인터넷 자료의 신뢰성과 맥락성을 제고할 방법을 모색하는 작업과 함께, 이를 연구 자료의 일부분으로 포함시키려는 시도가 요구된다. 인터넷 담론이 현실과 유리되지 않고 현실적 삶의 일부분으로서 존재하

는 한 그것이 인류학적 연구의 한 부분으로 위치할 이유 역시 충분하다고 할 수 있기 때문이다.

참고문헌

고단단 · 장수현

- 2004 “한류 수용자의 특성과 그 함의에 대한 고찰: 중국의 안재욱 팬클럽에 대한 사례연구,” 장수현 외, 『중국은 왜 한류를 수용하나: 한류의 중국적 토대에 대한 다학문적 접근』, 서울: 학고방.

김상

- 2006 “은행나무 침대에서 배용준 난화까지: 싱가포르의 한류,” 신윤희 · 이한우외, 『동아시아의 한류』, 서울: 전예원.

김선호

- 2006 “쌀롱고스 식, 몽골에 뜨는 무지개: 몽골의 한류,” 신윤희 · 이한우 외, 『동아시아의 한류』, 서울: 전예원.

김수정 · 양은경

- 2006 “동아시아 대중문화물의 수용과 혼종성의 이해,” 『한국언론학보』 50(1): 115-136.

김영덕

- 2004 『인도네시아 · 말레이시아 방송 시장 연구』, 서울: 커뮤니케이션북스.

김현미

- 2003 “대만 속의 한국 대중문화: 문화 번역과 혼성화의 문제를 중심으로,” 조한혜정 외, 『한류와 아시아의 대중문화』, 연세대학교 출판부.

김홍구

- 2006 “동남아 한류의 새로운 메카: 태국의 한류,” 신윤희 · 이한우외 『동

아시아의 한류』, 서울: 전예원.

대한상공회의소

2005 『한류열풍의 실체와 기업의 전략적 활용방안』, 대한상공회의소.

박기수

2006 “한류가 한류를 넘어서기 위한 인문학적 성찰,” 김수이 편, 『한류와 21세기 문화비전』, 서울: 청동거울.

방송위원회

2002~2006 『방송산업실태조사보고서』.

백원담

2005 『동아시아의 문화선택 한류』, 서울: 펜타그램.

손병우 · 양은경

2006 “중국의 한국 tv 드라마 수용을 통해 본 한류,” 김수이 편, 『한류와 21세기 문화비전』, 서울: 청동거울.

신윤희

2006 “동아시아의 한류를 보는 눈: 담론과 실체,” 신윤희 · 이한우외, 『동아시아의 한류』, 서울: 전예원.

신윤희 · 이한우외

2006 『동아시아의 한류』. 서울: 전예원.

아시아문화산업교류재단

2005 『한류실태 파악을 통한 활성화 방안 연구 보고서』.

유세경 · 고민경

2006 “한국 TV 드라마의 시청 행위와 한국과 한류에 대한 태도 관계 연구: 중국 대학생을 중심으로,” 『미디어, 젠더 & 문화』 6: 46-76.

유세경 · 이경숙

2001 “동북아시아 3국의 텔레비전 드라마에 나타난 문화적 근접성,” 『한국언론학보』 45(3), 230-267.

윤재식

2004 『한류와 방송 영상 콘텐츠 마케팅: 베트남 태국 시장 확대 전략』, 서울: 커뮤니케이션북스.

- 2007 『상반기 방송 한류 현황 분석』, 서울: 한국방송영상산업진흥청.
- 이기형
2006 “탈지역적으로 수용되는 대중문화의 부상과 한류현상을 둘러싼 문화정치,” 김수이 편, 『한류와 21세기 문화비전』, 서울: 청동거울.
- 이동윤·안미나
2006 “동아시아에서 한류의 확산과 문제점: 문화와 민족주의를 중심으로,” 『세계지역연구논총』 25(1): 99-125.
- 이운영·강계삼
2006 “일본 내 한류가 원산지 효과에 미친 영향,” 『통상정보연구』 8(4): 1-25.
- 이준웅
2004 “한류의 커뮤니케이션 효과: 중국인의 한국 문화상품 이용이 한국에 대한 인식과 태도에 미치는 영향,” 장수현 외, 『중국은 왜 한류를 수용하나: 한류의 중국적 토대에 대한 다학문적 접근』, 서울: 학교방.
- 이진석 외
2006 “동남아시아의 한국문화 수용과 확산과정에 대한 연구: 한국문화 및 문화산업의 효과적인 해외진출을 위한 전략적 네트워크 구축을 중심으로,” 『시민교육연구』 38(3): 153-180.
- 이한우
2006 “대장금 식당에서 보는 한국 드라마: 베트남의 한류,” 신윤환·이한우의 『동아시아의 한류』, 서울: 전예원.
- 장수현
2006a “한류 이해의 몇 가지 논점,” 장수현 외, 『중국의 한류, 어떻게 이해할 것인가』, 서울: 학교방.
2006b “한류와 한중 양국간의 문화적 소통,” 장수현 외, 『중국의 한류, 어떻게 이해할 것인가』, 서울: 학교방.
- 정형식
2006 “중국시장에서 소비자의 한류지각이 한국상품 구매 및 국가이미

지에 미치는 영향,” 『소비자학 연구』 17(3): 79-101.

조한혜정

2003 “글로벌 지각 변동의 징후로 읽는 한류 열풍,” 조한혜정 외, 『한류와 아시아의 대중문화』, 연세대학교 출판부.

최혜실

2007 “한류와 TV 드라마의 구성적 요소: 세계 드라마의 분석을 중심으로,” 『비교한국학』 2007: 23-49

채지영 · 윤유경

2006 “일본인의 한국대중문화 수용실태 및 소비 경험에 관한 연구,” 『한국심리학회지(소비자, 광고)』 7(3): 377-400.

코트라

2006 『주요국 한류와 문화산업시장 동향』.

함한희 · 허인순

2005 『겨울연가와 나비환타지: 일본한류를 만나보다』, 서울: 소하.

Geertz, C.

1960 *The Religion of Java*. New York: The Free Press.

〈key concepts〉: Korean Wave, Image of Korea, Indonesian Netizen, Globalization,
Cultural Exchange

Formation and Consumption of Korean Images through Popular Culture: A Case of Indonesian Netizens

Kim, Hyung-Jun*

The purpose of this paper is to investigate images of Korean culture as are described by Indonesian netizens who have been exposed at length to Korean TV serials and films. Aspects of Korean culture and customs which draw their attention, their attitudes toward these, and a possible connection of their preference to Korean TV serials to Korean culture will be examined. For these purposes, an internet community, in which Indonesian netizens post their writings specifically on Korean culture, is under study. The interactive nature of internet discourse makes it easier for us to find out the processes by which images of Korean culture are produced, circulated, and reproduced.

The study shows that Indonesian netizens are attentive observers with curiosity. They pay attention not only to dramatic actions and

* Associate Professor, Department of Cultural Anthropology, Kangwon National University

scenes but also to minute behaviors of everyday life. Indonesian netizens are reflective observers. They do not accept the view that TV reflects what happen in real life. Instead, they make every efforts to find out similarities and differences between what are portrayed by TV and what are told about and experienced in real life. A fusion of online and offline is visible, so that information gathered at offline feedbacks into online and vice versa.

Exposures to Korean TV serials have increased the netizens' interest in Korea. The interest develops into a desire to enjoy Korean products and to imitate Korean customs, and further into a favorable and positive stance towards Korea and Koreans.

The study indicates that Korean TV serials work as media by which Indonesian viewers are introduced to Korean cultural goods and customs, interest in and favorable attitude toward Korea are built up. Korea popular culture has played a decisive role in intensifying massive culture contacts of Indonesians to Korea having no close historical ties.

