

아랍에미리트에 부는 한류 열풍

Christopher BROWN

Zayed University, UAE

저자 現 Zayed University의 국제프로그램 및 해외연구 디렉터. Zayed University의 인문학 부교수와 영국 Durham University의 명예연구원을 역임. 2000년부터 아부다비에 거주.

* 이 글에 포함된 의견은 저자 개인의 견해로 제주평화연구원의 공식입장과는 무관합니다.

처음에는 한국이 아랍에미리트의 사랑을 받는다는 말이 특이하고 우발적인 것처럼 들릴 수도 있다. 하지만 의심할 여지없이, 아랍에미리트의 젊은 세대들, 특히 대학생들은 한국의 모든 것에 완전히 사로잡혀 있다. 말이 되는 것이, 보다 면밀히 살펴보면, 경제, 사회, 문화적 유사점들의 토대가 견고하여 향후 십 년간은 두 나라와 국민들 사이의 관계가 증가할 수밖에 없다는 것을 보여준다.

대통령 산하 국가브랜드위원회는 아마도 한국을 알리는 가장 의례적이고 공식적인 기획자이며, 매우 성공적이라는 것을 입증해왔다. 2009년에 시작된 표면상의 전략적 목표들은 다문화주의를 수용하고, 지구시민의식을 고취시키며, 기술과 통상을 촉진시키고, 문화와 관광을 장려하는 것이었다. 한국을 알리는 플랫폼으로서, 위원회는 여러 대사관과 행정부처, 재단, 다른 기관들과 함께 끊임없이 연줄을 만들고 “한류”의 확산을 장려해왔다.

하지만 이러한 공식적인 노력의 이전부터, 진보적인 TV 경영자들은 아랍시장에서 한국드라마의 대중성과 잠재력을 인식하였다. 2007년에는 이미 아랍어로 녹음된 대장금이 두바이에서 방송되었다. 이러한 한국 TV쇼에 대한 노출로 인해 한국문화의 단면을 접할 통로가 생겼기 때문에 한국문화에 친숙해질 토대가 마련되었다. 마찬가지로, 삼성, LG, 현대, 기아 등을 포함한 주요 기업들의 마케팅은 한국 상품을 고품질, 돈 값어치, 신뢰성과 결부시키기 위해 많은 노력을 기울였다. 이 과정에서 이러한 속성들은 상품뿐만이 아니라 한국이라는 브랜드와도 결부되었다.

이 곳, 자이드대학교(두바이와 아부다비, 아랍에미리트)에서, 우리는 학생들 사이에서 한국의 문화, 예술, 언어에 대한 상당한 관심을 보아왔다. 한국의 문화체육관광부가 아낌없이 지원하는 자이드대학교 킹세종연구소를 통해, 수백 명의 학생들이 한국어 수업을 듣고 한국에서 하는 현장학습에 참여하였다. 자이드대학교의 한국클럽과 아랍에미리트 전역의 다양한 기관들과 친선협회에는

훨씬 더 많은 사람들이 참여해 왔는데, 이것들은 영화에서 K팝에 이르기까지, 태권도에서 한국요리에 이르기까지, 한국 문화의 다양한 측면에 대한 사람들의 관심을 공유할 기회를 제공한다.

“강남 마니아”가 나오기 훨씬 이전부터 한국의 세계적 브랜드는 확실히 상승세였다. 싸이의 히트곡은 가장 최근에, 아마도 가장 광범위하게, 이러한 추세가 반복된 것일 뿐이다. 소비지상주의와 호사스러운 생활에 대하여 가벼운 풍자를 하고 있는 ‘강남스타일’은 이와 동시에 터무니없이 상업적이고, 그러한 과잉이 바람직하다고 찬양하는 생활방식을 조롱하고 있다. 윌리엄 페섹이 언급한 대로, “한국인들은 국내총생산(GDP)의 증가가 반드시 이에 상응하는 국가총행복지수를 초래하지는 않는다는 것을 깨달아 가고 있다.” 이렇게 뒤섞인 메시지는, 국가의 방대한 부를 엄청나게 향유하고 있지만 과도한 소비지상주의의 지속가능성과 타당성에 회의를 품기 시작한 아랍에미리트의 젊은이들에게 의심할 여지없이, 아마도 잠재의식적으로, 반향을 일으키고 있다.

한국인들은 세계적 영향력을 지닌 지역강국으로서의 위상을 계속해서 높여가고 있으며, 이로 인해 수 세기 동안 한국인들을 충족시켜온 전통과 양식들이 위협에 처해있다. 이와 마찬가지로, 아랍에미리트도 유사한 역할을 성급하게 추진해 오면서, 한국과 같이 자신의 독특한 정체성과 유산의 상실을 우려하고 있다. 한국어와 아랍어는 모두 각자의 문화에 있어서 불가분의 요소이지만, 통상과 교육, 대중문화의 영역에서 영어의 사용이 증가함에 따라 도전을 받고 있다. 지구화된 사회에서 국가의 정체성과 전통주의를 위한 투쟁은 진짜 현실이며, 두 나라간 유사점 중의 하나라고 하겠다.

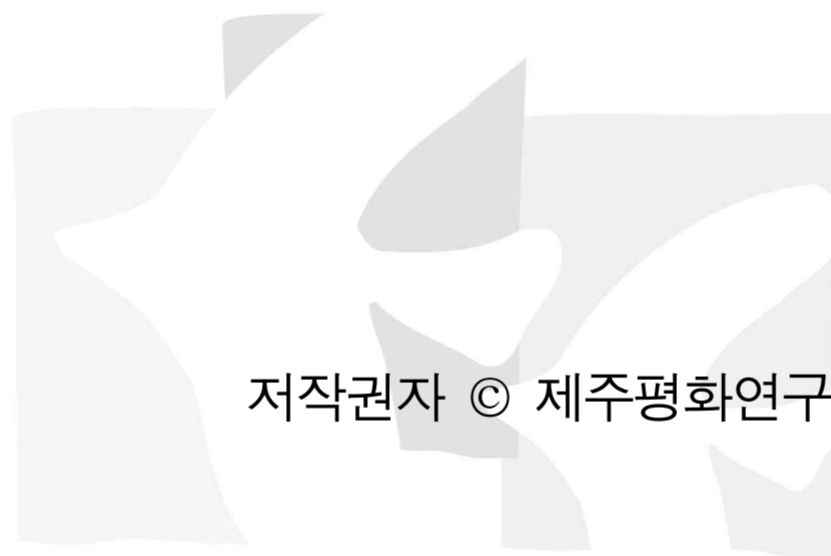
한국에 대한 아랍에미리트 학생들의 집착을 이해하려면, 일반적으로 받아들여지는 몇 가지 동인을 들 수 있다. 두 나라간의 경제적 통상관계는 확실히 상호작용을 받쳐주는 토대이다. 한국전력공사(KEPCO)가 건설계약을 맺은 핵 원자로이든, 아랍에미리트소재 한국기업들에 의해 발생한 상당수의 판매 분야이든, 석유나 가스 산업이든지간에, 젊은이들은 항상 최고의 직장을 잡기 위한 경쟁에서 자신을 다른 졸업생로부터 차별화하기 위한 방법을 모색한다. 당연하게도, 학생들은 주요 통상 파트너의 언어와 문화에 대한 관심을 보일 수 있다면 구직시장에서 유리하다는 것을 알고 있다.

이는 학생들의 관심이 오로지 금전적이라는 것을 말하는 것이 아니라, 오히려 그 반대이다. 선택이 가능한 많은 문화 중에서, 한국문화에는 아랍에미리트의 젊은이들에게 강력하게 반향을 일으키는 무언가가 있다. 아마도 그것은 한국과 아랍에미리트 사회에서 공히 떼려야 뗄 수 없는 가족과 연장자의 중요성일 수도 있다. 또는 두 나라 모두 지난 오십년 동안 사회경제적 지위가 상승된 속도가 극도로 빨랐다는 점일 수도 있다. 두 문화에서 깊은 역사를 갖고 있는 다도, 서예, 직물공예, 도예와 같은 전통과 전통예술에 대한 존중일 수도 있다. 또 한편으로는, 현 세계 속에 자신의 정체성을 투영할 수 있는 토속적 대중문화를 만들어 내려는 열망일 수도 있다. 십중팔구는 이 모든 공감적 요소들이 아랍에미리트와 한국문화 간의 접근성과 유사성에 기여하고 있다.

청소년들이 이끄는 친선교류에 있어서 가장 전도유망한 측면 중의 하나는, 인간적 상호작용이 문화적 이해의 열쇠라는 것을 학생들이 직감적으로 알고 있다는 점이다. 그 결과, 아랍에미리트 학생들은 문화와 언어를 더욱 깊이 이해하고 친구를 만들기 위해 한국에서 시간을 보내려고 아우성을

치고 있다. 수십 명의 아랍에미리트 학생들이 2012 여수세계박람회의 아랍에미리트 전시관에서 안내 자원봉사를 하였다. 이와 유사하게, 자이드대학교에서 한국 학생의 방문을 유치하거나, 연례 아부다비 한국영화제를 개최할 때면, 학생들은 개인 대 개인(P2P) 접촉을 요구하고 있다. 이들의 상호작용은 매우 소중하며, 틀림없이 더욱 커다란 사회문화적 이해로 이어질 것이다. 아랍에미리트와 한국정부가 관광산업을 경제적 대들보로 만들려는 야심찬 계획을 갖고 있으므로, 두 나라간의 이동과 여행의 기회는 충분해질 것이다.

아랍에미리트와 한국은 타고난 친구이며, 서로에게 배울 점이 많다. 최상위의 정부수준으로부터 가장 일반적인 문화유산의 교류에 이르기까지, 두 나라의 양자관계에는 엄청난 잠재성이 있다. 한류가 아라비아만의 따뜻한 해역으로 밀려들고 있으며, 지역주민들은 이를 온전히 인정하고 있다.



2012.11.16

저작권자 © 제주평화연구원, 무단 전재 및 재배포 금지