

한류 드라마의 특성과 경쟁력

-〈사랑이 뭐길래〉, 〈겨울연가〉, 〈대장금〉을 중심으로-

이 상 민*

1. 서론
2. 한류 드라마의 특성
3. 한류 열풍의 초기 : <사랑이 뭐길래>
4. 한류 열풍의 성장기 : <겨울연가>
5. 한류 열풍의 확장기 : <대장금>
6. 결론

〈국문초록〉

본 연구에서는 한류 콘텐츠의 특성으로 세계적 보편성과 한국적 특수성을 들었다. 세계적 보편성은 콘텐츠에 안정감을 주고, 한국적 특수성은 콘텐츠에 호기심을 유발시킨다. 반면 부정적 효과로 세계적 보편성은 진부함과 유치함을 가져오고, 한국적 특수성은 불안함을 야기할 수 있다. 한류 드라마에는 이러한 특성이 세계적 보편성을 띤 가족, 사랑, 도덕심 등의 가치로 나타났고, 한국적 특수성으로는 ‘韓’ 스타일의 연출력으로 나타났다고 보았다.

본 연구에서 한류 드라마의 발전 단계를 초기(<사랑이 뭐길래>), 성장기(<겨울연가>), 확장기(<대장금>)로 나누어 보고, 각 단계마다 드라마 속에 세계적 보편성과 한국적 특수성의 비중이 어떻게 들어있는지 파악해 보고자 했다. <사랑이 뭐길래>는 가족을 중심으로 다양한 에피소드

* 가톨릭대학교 ELP학부대학 교육전담초빙교수

를 코믹하게 담아냄으로써, 가족이란 보편적 가치를 적극 반영하여 국가 간 진입 장벽을 낮춘 드라마였다. <겨울연가>는 남녀 간의 사랑과 정체성 찾기의 보편적 소재를 한국적인 영상으로 풀어낸 드라마로, 국외 시청자들에게 한국에 대한 호기심을 발동시킨 긍정적 효과를 가져왔다. 또한 <대장금>은 한국적 특수성이 매우 높은 사극이었지만, 선의의 도덕적 경쟁과 음식이란 보편적 소재를 내재함으로써 전 세계 시청자들의 공감대를 형성할 수 있었다.

한류 드라마의 초기 단계에서는 세계적 보편성의 비중이 높았고, 성장 단계에서는 세계적 보편성의 비중이 줄어든 반면, 한국적 특수성의 비중이 늘어났다. 그리고 확장 단계에서는 세계적 보편성의 비중에 비해 한국적 특수성의 비중이 높았다. 이러한 흐름을 살펴보면 국외 시청자들은 초기에는 세계적 보편성이 높은 한류 드라마(홈 드라마)에서 시작하여 나중에는 한국적 특수성이 높은 한류 드라마(사극)로 순차적으로 받아들이고 있었던 것이다. 이는 <겨울연가>의 붐이 일었을 때 많은 전문가들이 한류를 일시적 현상으로 생각했던 것과는 달리 한류 드라마가 체계적이고 순차적으로 발전하고 있었다는 사실을 보여주는 것이다.

이렇듯 한류 드라마에 한국적 특수성인 ‘韓’ 스타일의 비중이 높아지면서 한류 드라마는 문화상품으로 자리매김하게 되었다. 국외 시청자들은 ‘韓’ 스타일로 연출된 드라마의 장면을 보면서 한국 문화에 대한 동경심을 갖게 되었다. ‘韓’ 스타일은 곧 관광산업과 연계되어 한류 드라마는 외국 관광객을 유치하는 중요 콘텐츠로 자리잡게 되었다. 한국적 특수성은 한국 문화에 대한 낯선 호기심을 유발하는 중요한 요소이지만, 그 저변에는 사랑, 가족, 도덕심과 같은 세계적 보편성을 꼭 획득하고 있어야 한다.

주제어 : 한류 드라마, 세계적 보편성, 한국적 특수성, <사랑이 뭐길래>, <겨울연가>, <대장금>

1. 서론

1990년대 중반에 중화문화권을 중심으로 시작된 한류¹⁾는 중앙아시아를 넘어 오늘날 유럽에까지 널리 퍼지고 있다. 현재 한류를 주도하고 있는 콘텐츠는 K-pop으로, K-pop은 그동안 한류의 불모지였던 유럽, 남미, 라틴아메리카 등지로 뻗어나가고 있다. 지금 K-pop이 한류를 전 세계로 확산시키는 역할을 하고 있다면, 드라마는 한류를 태동시키고 발전시킨 역할을 했다고 볼 수 있다.²⁾

- 1) ‘한류(韓流)’란 단어가 출현한 배경에 대해서는 중국에서 시작되었다고 보는 시각이 지배적이다. ‘한류’란 새로운 유행이라는 의미의 중국어 ‘한류(寒流)’를 바꿔서 만든 말로, 1997년 여름부터 중국에서 방송되기 시작한 ‘서울 음악실’이라는 라디오 프로그램에서 처음 사용했다. 1999년에는 한국문화관광부에서 제작한 ‘한류’라는 이름의 한국 대중음악 홍보용 CD가 중국에서 유통되기 시작했다(허진, 『중국의 ‘한류’ 현상과 한국 TV 드라마 수용에 관한 연구』, 『한국방송학보』 제16권 1호, 2002, 496-529쪽 참조, 히라타 유키에, 『한국을 소비하는 일본-한류, 여성, 드라마』, 책세상, 2009, 20쪽). 문화관광부는 한국 가요의 홍보용 음반을 CD로 제작하여 해당 국가의 방송사, 잡지사, 대학, 디스코텍 및 한국 공관에 배포할 목적으로 1억 5천만원을 투자하여 중국어 6천장과 일본어 및 영어 각 3천장씩의 음반을 기획 제작하였다. 이 음반의 영어와 일어 버전은 ‘Korea Pop Music’, 중국어 버전은 ‘韓流-Song from Korea’라고 되어 있었다(중앙일보, 2000.1.20, 문화 44쪽 보도 내용, 최혜실, 『한류 드라마의 스토리텔링』, 새문사, 2007, 13쪽 참조).

‘한류’란 단어가 중국에서 시작되었다는 설에 대해 ‘~류’라는 표현은 일본식 표현이며, ‘한류’라는 단어가 공식적으로 사용된 것은 1999년 한국문화관광부의 홍보용 음반에서 시작된 것이라고 보는 의견도 있다. 그런데 장규수의 연구에서는 ‘한류’란 단어가 중국에서 사용된 시기를 대다수의 연구자들과는 다르게 보고 있다. 대부분 연구자들은 1997년(혹은 1999년) 중국의 라디오 프로그램 ‘서울 음악실’에서 ‘한류’란 단어가 사용된 것을 시작 단계로 보고 있다. 그런데 장규수의 연구에서는 2000년 2월 중국의 언론이 최초로 보도했다는 네이버 백과사전의 내용을 근거로 제시하면서, ‘한류’의 최초 사용을 1999년 한국으로 봐야 한다고 주장한다(장규수, 『한류의 어원과 사용에 관한 연구』, 『한국콘텐츠학회논문지』, 한국콘텐츠학회 제11권 제9호, 2011. 9, 166-173쪽 참조).

- 2) 방송콘텐츠가 수출되는 것을 한류의 시작으로 보는 사람들은 1987년 TV 애니메이션 <퍼퓸이 까치>외 5편의 애니메이션이 프랑스로 1만 3,500달러에 처음 수출된 사례를 한류의 태동기로 보기도 한다(박장순, 『한류, 신화가 미래다』, 커뮤니케이션북스, 2007, 6-7쪽 참조). 그러나 본 연구에서는 해외 여러 나라에서 한국의 문화콘텐츠를 본격적으로 수용하기 시작한 1990년대 중반을 한류의 시작으로 보려 한다.

한류가 중화문화권을 중심으로 확산되는데 가장 큰 기여를 한 드라마는 1997년 방영된 <사랑이 뭐길래>³⁾이다. <사랑이 뭐길래>는 한국드라마로는 처음으로 중국 공영 방송국 CCTV에 방영되었다. 이 드라마는 당시 4.3%라는 높은 시청률을 기록하며, 중국 내에 한류 열풍을 일으켰다.⁴⁾ 이후 우리나라 드라마는 일본, 대만, 홍콩, 베트남 등지로 급속하게 퍼지게 되었다.

이후 한류를 이끌어가는 드라마의 저력은 한국 방송영상콘텐츠의 해외 수출 양상을 살펴보면 더욱 뚜렷하게 나타난다. 방송통신위원회에 따르면 2010년 한국 방송프로그램 수출액은 2억 1,494만 달러로, 2009년 대비 약 26.3% 증가한 것으로 나타났으며, 매년 꾸준히 증가세를 유지하고 있다. 전체적으로 한국 방송영상콘텐츠의 수출은 일본, 중국, 미국 등을 중심으로 지속적으로 이루어지고 있다. 2010년 방송프로그램 수출 편수는 총 4만 1,942편이었으며, 이 중에서 드라마 수출 편수는 3만 7,260편으로 95.3%의 높은 비중을 차지하고 있다.⁵⁾ 국가별 드라마 수입 현황을 살펴보면, 드라마 3만 7,260편 중에서 중국이 9,519편, 일본이 6,472편, 대만이 4,065편으로 가장 많이 수입한 것으로 나타났다.⁶⁾

한편 한류 드라마와 관련된 연구는 크게 네 가지 측면에서 살펴볼 수 있다. 첫 번째는 한류 드라마를 산업적 측면에서 바라보는 연구이다. 이는 한류 드라마에 대한 수출 실적과 시청률을 중심으로 드라마 수입 국가의 수입 행태에 대한 분석이다. 이러한 경향의 연구는 지금까지 가장 많

3) <사랑이 뭐길래>를 한류의 출발점으로 보는 의견에 대해 장규수는 이미 1993년 <질투>가 중국에 수출되었고, 1980년대 영화 분야의 홍콩 진출과 대중음악 분야(성인가요, 트로트)의 일본 진출이 활발했다는 점을 들어 반대한다(장규수, 앞의 책, 167쪽 참조). 그러나 한류의 출발점은 방송영상콘텐츠를 해외에 수출하는 시기를 지칭하는 것보다는 한국의 대중문화를 본격적으로 수용하기 시작한 1990년대 중·후반기로 보는 것이 타당하다.

4) 이문행, 「국내 지상파 드라마의 특성에 따른 해외 판매 성과 분석」, 『언론과학연구』 제6권 1호, 한국지역언론학회, 2006. 3, 293쪽.

5) 한국콘텐츠진흥원, 『2011 방송영상산업백서 2부』, 2011, 82쪽.

6) 방송통신위원회, 『2011 방송산업 실태조사 보고서』, 2011, 139쪽.

이 이루어졌다. 이러한 연구에서는 주로 드라마를 적극적으로 수입한 중국, 일본 등의 아시아 국가를 대상으로, 한류를 지속적으로 유지하기 위한 산업 전략을 분석하고 있다.⁷⁾ 두 번째는 한류 드라마의 소비 특성을

〈표〉 2011년 국가별 드라마 수출 편수

대륙	국가	편수(편)	국가	편수(편)	국가	편수(편)
아시아	일본	6,472	베트남	2,545	미얀마	3,186
	중국	9,519	말레이시아	558	캄보디아	1,395
	홍콩	4,281	인도네시아	812	몽골	140
	싱가포르	1,752	태국	1,357	아르메니아	51
	대만	4,065	필리핀	1,162	우즈벡	98
	카자흐스탄	657	터키	233	아랍	356
	요르단	26	아프가니스탄	59	이스라엘	57
	기타 아시아	206				
미주	미국	182	페루	38	파나마	40
	베네수엘라	38	에콰도르	38	남미 기타	40
유럽	스페인	2	헝가리	62	러시아	38
	루마니아	81	폴란드	24	벨기에	110
	볼리비아	58	불가리아	55	우크라이나	20
아프리카 등 기타	보츠와나	45	케냐	51	탄자니아	36
	기타	21				

※ 위의 표는 『2011 방송산업 실태조사 보고서』에서 재구성하였음.

- 7) 유세경·고민경, 「한국 TV 드라마의 시청행위와 한국과 한류에 대한 태도 관계 연구-중국 대학생들을 중심으로」, 『미디어, 젠더&문화』 제6호, 한국여성커뮤니케이션학회, 2006. 10, 46-170쪽, 이문행, 「국내 지상파 드라마의 특성에 따른 해외 판매 성과 분석」, 『언론과학연구』 제6권 1호, 한국지역언론학회, 2006. 3, 292-330쪽, 이문행, 「아시아 8개국에 수출된 한국 드라마 특성에 대한 연구-2002년부터 2005년까지의 수출 실적을 중심으로」, 『한국콘텐츠학회논문지』 제7권 9호, 한국콘텐츠학회, 2007. 9, 34-43쪽, 이문행, 「중국인들이 선호하는 한국 드라마의 특성-인터넷 게시판에 나타난 시청의견을 중심으로」, 『한국콘텐츠학회논문지』 제11권 6호, 한국콘텐츠학회, 2011. 6, 167-175쪽, 임형민·박주연, 「한류 콘텐츠인 드라마 시청 동기와 문화 선호도에 관한 연구-중국과 일본 대학생들을 중심으로」, 『사회과학연구』 제27집 4호, 경성대학교 사회과학연구소, 2011. 12, 371-395쪽, 정수영, 「일본 내 한류 지형의 탐색 및 한류 수용자의 문화적 실천에 관한 연구-한류 전문가와 시민 그룹 KAJA의 심층인터뷰를 중심으로」, 『미디어, 젠더&문화』 20호, 한국여성커뮤니케이션학회, 2011. 12, 207-248

통해 한류 성공의 요인을 찾아보고, 이를 국제간 문화교류의 전략으로 인식하는 것이다. 이러한 연구는 주로 한국 드라마의 수입 편수가 가장 많은 중국과 일본의 수용자를 대상으로 설문조사 및 심층인터뷰(FGI), 시청자 의견 분석 등을 통해 이루어졌다.⁸⁾ 세 번째는 한류 드라마가 중국의 영상 콘텐츠에 미치는 영향 관계에 대한 것이다. 이러한 연구는 주로 중국 연구자들에 의해 이루어지고 있는데, 이로써 한류 드라마에 대한 연구가 외국 연구자들에게도 확대되고 있음을 알 수 있다.⁹⁾ 마지막 네 번째는 한류 드라마에 대한 내적 연구이다. 이는 한류 드라마가 외부 환경 요소 보다는 드라마 작품 자체가 가지고 있는 내적 특성에 의해 인기가 지속되고 있다고 보는 견해이다.¹⁰⁾

이처럼 한류 드라마에 대한 그간의 연구는 드라마를 하나의 상품으로 인식하여 드라마를 수용하고 소비하는 행태 및 영향관계를 통한 문화교류 현상을 분석하는 측면과 드라마를 하나의 작품으로 보고 미적 구조 장치에 대한 분석하는 측면이 주를 이루었다. 이 중에서도 지금까지의 연구는 전자의 측면에서 많이 이루어졌다. 그런데 한류 드라마의 수용 및 소비 행태에 대한 연구만으로는 왜 이 드라마가 해외에서 인기를 끌게

쪽, 채지영, 「일본인의 한국 대중문화 소비 특성에 관한 연구-한국 드라마 소비를 중심으로」, 『한국심리학회지: 소비자·광고』 제11권 4호, 한국심리학회, 2010, 823-842쪽.

8) 심두보, 「한류와 한국 드라마, 그리고 여성의 팬덤」, 『방송공학회논문지』 제12권 5호, 한국방송공학회, 2007. 9, 414-422쪽, 윤선희, 「아시아 공동체의 문화 정체성-한국 역사 드라마의 아시아 미디어 수용에 대한 문화연구」, 『한국언론정보학보』 제46호, 한국언론정보학회, 2009. 5, 37-74쪽, 한민·장수현, 「문화콘텐츠 개발에 있어서의 문화심리학적 제언-한·일 드라마에서 추출한 칭찬표현 비교분석에서 드러난 문화차를 중심으로」, 『인문콘텐츠』 제10호, 인문콘텐츠학회, 2007. 12, 123-144쪽.

9) Zhou Yu Bo, 「중국 영상 문화에 끼친 한류의 영향영화와 드라마의 경우를 중심으로」, 『Culture Industry and Cultural Capital』, 한국방송학회, 2005. 2, 122-129쪽, He Jing Ru, 「중국 시청자들의 한류 드라마 시청행위에 대한 연구」, 한림대 대학원 석사학위논문, 2011.

10) 김영순·박지선 외, 『저울연가 콘텐츠와 콘텍스트 사이』, 다홍미디어, 2005, 최혜실, 「한류 현상의 지속을 위한 작품 내적 연구-드라마의 스토리텔링 구조 분석」, 『인문콘텐츠』 제6호, 인문콘텐츠학회, 2005. 12, 111-136쪽.

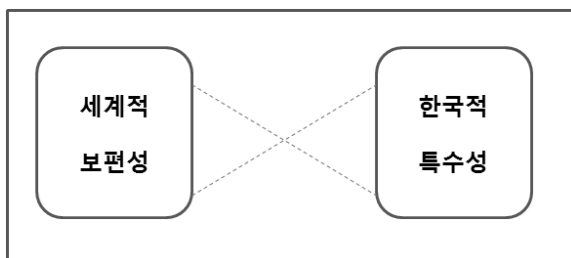
되었는지에 대한 분석을 이끌어 내는 데 어려움이 있다. 또한 드라마의 미적 구조를 밝히는데 문학의 서사 구조 분석을 영상과 음악, 대사가 어우러진 매체 서사에 그대로 도입하는 것 역시 드라마의 특수성을 완전히 충족시키기는 어려운 것¹¹⁾이 사실이다.

이러한 측면에서 본 연구는 한류 드라마가 가지고 있는 특성을 세계적 보편성과 한국적 특수성의 두 측면에서 살펴보고자 한다. 이를 위해 한류가 단계적으로 발전하고 확장하는 데 일조를 한 <사랑이 뭐길래>, <겨울연가>, <대장금>의 드라마를 통해 한류 드라마가 지녀야 할 요소에 대해 고찰하고자 한다. <사랑이 뭐길래>는 한류 열풍을 태동시킨 드라마이다. 이 드라마는 1996년 중국에 수출되어 1997년 공영방송 CCTV에서 재방송되면서 4.2%라는 높은 시청률을 기록했다. <겨울연가>는 한류를 한 단계 발전시키고 확장시킨 드라마이다. 이 드라마는 2004년 일본 내에서 선풍적인 인기를 끌며 중국에 이어 일본 내에 한류 열풍을 몰고 왔다. 2005년 64개국으로 수출된 <대장금>은 전통적 요소가 강한 드라마도 세계적인 드라마가 될 수 있다는 모습을 보여줌으로써, 한류의 지속가능성을 긍정적으로 바라볼 수 있게 해 주었다. 본 연구에서 한류가 발전하는 단계마다 놓여있는 세 드라마가 어떤 의미를 담고 있는지 파악해 보고자 한다. 이를 통해 향후 한류 현상의 지속을 위한 드라마의 특성을 밝힐 수 있으리라 기대한다.

11) 최혜실, 앞의 책, 115쪽.

2. 한류 드라마의 특성

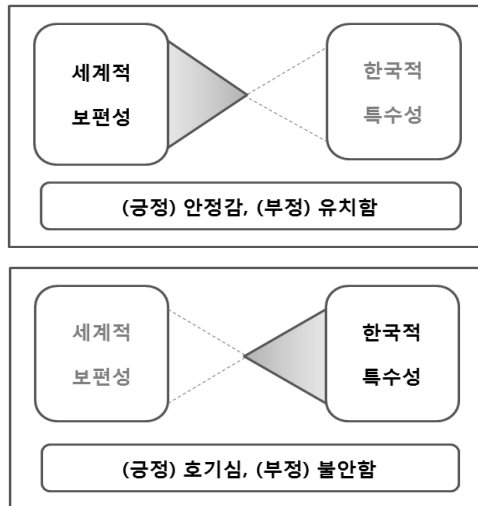
세계적으로 인기를 끈 문화콘텐츠들의 창작소재를 살펴보면, 자국의 특수한 속성을 반영하면서도 세계적 보편성을 담아내고 있다. 애니메이션 <물란>의 경우, 중국 설화의 특수성을 가지고 있으면서 동시에 영웅 모험의 서사를 지니고 있어 세계적 보편성을 획득하고 있다. 또한 한국의 궁궐팔궐 설화는 한국의 특수성을 가지고 있으면서 서양의 신데렐라 설화와 그 서사 원형을 같이 하기 때문에 보편성도 가지고 있다. 자국의 특수성과 세계적 보편성이 내재된 문화콘텐츠는 특수성을 통해 수용자들에게 낯선 호기심을 유발하고, 세계적 보편성을 통해 수용자들에게 익숙함과 안정감을 제공한다. 이런 특성 때문에 세계적 보편성이 높을수록 문화할인율¹²⁾이 낮아지고, 국가 간 진입 장벽도 낮아져 문화콘텐츠를 보급하기 쉽다. 반면 특수성과 민족성이 강할수록 문화할인율은 높아지기 때문에 국가 간 진입 장벽도 높아져 문화콘텐츠를 보급하기 어렵게 된다.



〈그림 1〉 한류콘텐츠 창작소재의 특성¹³⁾

- 12) 문화할인율은 한 나라의 문화상품이 다른 나라로 수출될 때, 나라 간의 문화적 차이 때문에 그 가치가 떨어지는 현상을 말한다. 자국의 특수성이 강한 문화콘텐츠는 문화할인율이 높기 때문에 수출하기 어렵다. 세계적 보편성이 높은 문화콘텐츠는 문화할인율이 낮기 때문에 타 국가로 수용되기 쉽다.
- 13) 한국콘텐츠진흥원, 『문화원형 창작소재 개발 중장기 로드맵 수립』, 2005, 43쪽 (이 보고서에서는 세계성, 보편성, 특수성, 민족성을 문화원형 창작소재의 개발 요소로 들고 있으며, 세계성과 보편성이 강해질 경우 부정적 요소로 유치함을, 긍정적 요소로 안정감을 꼽았다. 특수성과 민족성이 강해질 경우, 부정적 요소

드라마의 경우도 마찬가지이다. 한류 드라마에도 세계적 보편성과 한국적 특수성이 내재되어 있어야 한다. 드라마는 다른 어떤 콘텐츠보다도 파급력이 큰 문화콘텐츠이다. 특히 공영방송을 통해 전파되는 드라마일 수록 대다수의 시청자를 대상으로 하기 때문에 그 파급력이 크다. 이 파급력을 통해 한국 고유의 문화를 전파시키고자 드라마에 한국적 특수성을 지나치게 강조한다면, 이는 수용자에게 거부감을 들게 하는 부정적 결과를 낳게 한다. 타 문화를 접하는 수용자들에게 낯선 호기심을 자극하는 한국적 특수성은 안정감과 익숙함을 주는 세계적 보편성이 전제되어 있어야 받아들일 수 있는 것이다. 특히 한류 드라마가 타 국가에서 방영되는 초기 단계에서는 세계적 보편성이 넓게 형성되어 있어야 쉽게 진입할 수 있다. 거기에 한국의 한국적 특수성이 형성되어 있을 때, 한류 드라마는 성공할 확률이 높아지는 것이다.



〈그림 2〉 창작소재의 특성에 따른 효과

로 불안함을, 긍정적 요소로 호기심을 꼽았다). 본 논문에서는 세계성과 보편성, 특수성과 민족성을 변별하기 어려워 이를 ‘세계적 보편성’, ‘한국적 특수성’으로 수정하여 사용하고자 한다.

이처럼 세계적 보편성이 많이 내재되면 될수록 드라마는 안정감을 얻는 긍정적 효과와 어디서 본 듯하거나 뻔한 스토리 전개로 유치하다는 부정적 효과를 얻게 된다. 또한 한국적 특수성을 많이 드러내면 낼수록 드라마는 호기심 유발이라는 긍정적 효과와 이질적 문화로 인한 불안함이라는 부정적 효과를 얻게 된다. 세계적 보편성과 한국적 특수성은 서로 대립되는 개념이기 때문에 최대의 긍정적 효과를 일으킬 수 있는 황금비율을 찾아내는 것이 필요하다.

한류 드라마의 특성에 대한 그간의 연구는 수출된 드라마를 분석하여 스타 출연 여부와 주제에 따른 국가별 수출 차이 등을 고찰하는 측면에서 이루어졌다. 이러한 연구는 스타의 출연이 드라마 수출에 필수적 요소로 작용하고, 국가별 성향에 따라 판매량이 높은 드라마 주제도 달라진다는 결과를 도출시켰다.¹⁴⁾ 이러한 연구 결과는 드라마를 수출하는 데 있어 나라별 성향에 따라 성공 가능성이 높은 드라마를 선별하여 수출하는 데에 기여할 수 있을 것이다. 그러나 수용자 측면에서 혹은 소비의 측면에서 바라보는 한류 드라마의 특성은 본질적으로 한류 드라마가 가지고 있는 내재적 속성을 드러내는 데 어려움이 있다.

한류 드라마가 가지고 있는 내재적 속성에 대해서는 가족화목, 이국적 정취, 순수, 순애보, 도덕, 노인공경, 교육, 발전된 경제, 미남미녀 배우, 아름다운 화면, 자연스러운 연기, 패션, 진실의 집합체로 이루어졌다¹⁵⁾는 연구와 용서와 관용과 아름다움을 추구하고, 장유(長幼) 간의 질서, 부모 형제 간의 효도와 우애, 부부 간의 윤리, 자식의 도리, 부모에 대한 젊은 이들의 효경(孝敬), 친구 간의 신의를 바탕으로 한 성실한 관계, 그리고

14) 이문행은 인터넷 게시판의 의견을 분석하여 중국인들이 선호하는 한국 드라마의 특성을 고찰하였다. 중국인들이 선호하는 주제별 분석에서는 코믹과 애정 두 부분의 합이 60% 이상의 비중을 차지하는 것으로 나타나, 중국 사람들이 무거운 주제보다 남녀 간의 사랑 이야기나 웃음을 주는 드라마를 선호한다고 밝혔다(이문행, 앞의 책, 174쪽).

15) 박장순은 한국의 드라마를 ‘میم’ 복합체로 보고 개별 단위의 ‘میم’으로 구성되어 있다고 보았다(박장순, 『한류의 흥행 유전자 미밐』, 북북서, 2011, 59쪽).

가정에 대한 깊은 애정을 묘사한다¹⁶⁾는 연구 등이 있다. 이러한 연구 결과는 한류 드라마의 속성을 파악하였다는 데 의의가 있으나, 소재를 나열하는 데 그치고 있다.

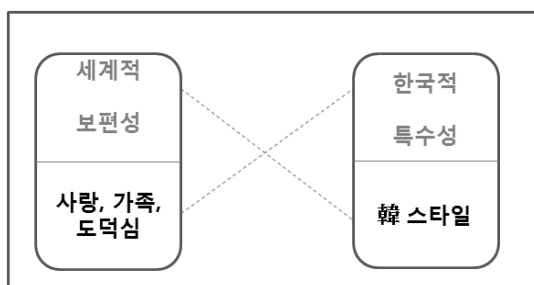
그렇다면 한류 드라마가 가지고 있는 세계적 보편성, 한국적 특수성의 속성에는 무엇이 있는 것일까? 한류 드라마의 가장 밑바탕에 깔린 특성은 사랑이다. 이 사랑은 보편성에 속하는 것으로, 대부분의 드라마는 사랑에 대한 이야기를 하고 있다. 한류 드라마는 다양한 사랑의 유형을 보여주고 있는데, 그 중에서 대표적인 것이 남녀 간의 사랑이다. 물론 남녀 간의 사랑은 세계적으로 나타나는 보편적 소재이다.

그런데 한류 드라마에서는 남녀의 사랑 이야기가 ‘가족’ 혹은 ‘가족주의’ 안에서 진행된다. 가족은 한류 드라마에 주되게 등장하는 소재 중 하나이다. 이 소재는 ‘사랑’이 보여주는 양상을 다양화시키고, 갈등의 행태를 보다 복잡하게 만들어 준다. 왜냐하면 한류 드라마에서 ‘가족’이란 세계적 보편성의 소재는 단일 민족으로서 혈통을 중시하는 민족성 속에서 발현되기 때문이다. 그러다보니 남녀의 사랑을 방해하는 갈등의 양상은 가족이란 울타리 안에서 첨예하게 대립하는 형태로 나타나게 된다. 대개 갈등을 일으키는 주된 장애 요인은 두 집안의 신분 차이, 출생의 비밀, 이복 남매(혹은 자매)의 출현, 부모(아버지) 찾기 혹은 자식 찾기 등이다. 그 중에서도 부모(아버지)찾기 서사는 주인공이 잃어버린 자신의 정체성을 찾는 과정과 연관된다. 이는 자신의 뿌리를 찾고자 하는 것이다. 또한 주인공이 아버지나 어머니에 대한 강한 애증을 가지고 있는 경우에는 성격적 결함을 가지고 있는 주인공으로 형상화된다. 두 남녀의 사랑 앞에 놓인 이러한 장애 요인은 그들의 사랑을 더욱 애절하고 처연한 순애보로 만드는 것이다.

그런데 한류 드라마는 이러한 세계적 보편성의 소재를 독특한 ‘韓 스타일’로 풀어낸다. ‘韓 스타일’이란 이미지, 영상, 연출 기법, 배우의 패션,

16) 경상대학교 인문학연구소, 『TV 드라마와 한류』, 박이정, 2007, 158-159쪽.

음악 등 다각적 측면에서 한국적인 스타일로 창조해 내는 것을 말한다. 다시 말해 ‘사랑’을 ‘韓 스타일’로 풀어내면, 남녀 간의 사랑을 가장 한국적으로 형용해 내기 때문에 수용자들은 익숙함과 동시에 낯설음을 받게 되는 것이다. 이는 외국 수용자들에게 한국적이며, 낯선 동경의 대상으로 사랑을 탈바꿈시킨다. 한류 드라마에서 ‘韓 스타일’은 감독의 연출을 통해 완성된다. 한류 드라마에 나타난 감독의 연출력은 국외 시청자들에게 낯선 호기심, 이국적 문화에 대한 동경을 증대시키게 된다.



〈그림 3〉 한류 드라마의 특성

이처럼 한류 드라마가 갖고 있는 특성은 세계적 보편성으로 나타나는 사랑, 가족, 도덕심 등의 가치와 한국적 특수성으로 나타나는 韓 스타일로 볼 수 있다. 한류 드라마의 이러한 속성은 피라미드의 모양으로 존재한다. 아래 단계에는 세계적 보편성이 존재하고, 윗단계에는 한국적 특수성이 존재한다. 넓게 자리하고 있는 세계적 보편성은 국외 수용자들에게 안정감과 익숙함을 주면서 문화할인율을 낮춘다. 또한 세계적 보편성이 가져올 수 있는 진부함과 유치함의 부정적 효과를 억제하기 위해 韓 스타일의 한국적 특수성이 호기심을 유발시켜 주는 것이다. 이러한 속성들이 서로 시너지 효과를 내어 한류 열풍을 몰고 온 한류 드라마의 정체성이 성립되는 것이다.

3. 한류 열풍의 초기 : <사랑이 뭐길래>

1991년 11월부터 MBC에서 방영된 주말연속극 <사랑이 뭐길래>는 우리나라에서 약 65%의 높은 시청률을 기록하며 인기를 끌었던 드라마이다. <사랑이 뭐길래>를 이끌어 가는 극 중 갈등 양상은 가부장적이고 위압적인 이 사장 집안과 민주적이고 평화적인 박 이사 집안이 사돈이 되면서 벌어지는 다양한 일들을 웃음 코드로 풀어낸 드라마이다. 보수적 집안과 개방적 집안, 수직적 가족 구조를 가진 집안과 수평적 가족 구조를 가진 집안의 아들과 딸이 결혼을 함으로써 정반대의 두 집안이 하나로 엮여지는 과정을 김수현 특유의 대사로 시청자들을 몰입시켰다.

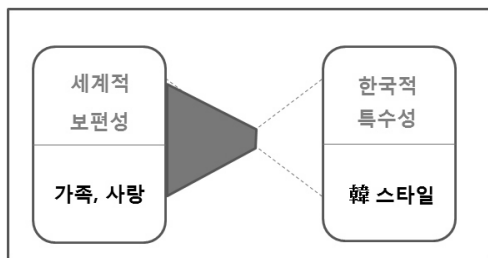
<사랑이 뭐길래>의 폭발적인 반응에 대해 드라마의 등장인물들이 다양한 개성을 가지고, 다양한 세대를 대변하고 있기 때문에 시청자들은 그 중에서 자기와 유사한 집단으로 편 가르기가 가능해져 자연스러운 공감대를 형성할 수 있었기 때문¹⁷⁾이라고 분석하기도 한다. <사랑이 뭐길래>는 보수적 집안과 개방적 집안이 충돌하면서 생기는 에피소드를 세대별로 보여줌으로써 다양한 층위의 시청자들을 사로잡을 수 있었던 것이다. 여기에 세 자매 할머니가 믿고 있는 종교의 대립(불교와 기독교)도 보여줌으로써, 1990년대 한국 사회가 충돌할 수 있는 모든 갈등의 요소를 담아내고 있었다. 그런데 <사랑이 뭐길래>는 이러한 이념과 종교의 대립 양상을 심각하고 진지하게 풀어내는 대신에 코믹한 상황을 만들어 한바탕 웃음으로 끝나게 만들어 버린다. 그렇기에 가벼운 홈드라마로

17) 박장순, 『한국과 일본의 드라마 전쟁』, 커뮤니케이션북스, 2008, 200쪽(이 책에서 <사랑이 뭐길래>는 20대부터 70대에 이르는 등장인물들의 생활과 사고방식이 우리 사회의 다양한 계층과 세대를 충분히 대변하고 있다고 보았다. 극중의 다양한 인물묘사는 시청자들에게 대리만족을 경험하게 해주었는데, 실제로 지극히 보수적인 가부장 이 사장(이순재 분) VS 민주적이고 자유로운 분위기의 박 이사(김세윤 분), 남편에게 주눅 들어 숨죽이고 사는 대발이 엄마(김혜자 분) VS 현대적인 가정주부 지은 엄마(윤여정 분), 서로 다른 환경에서 자라난 대발(최민수 분) 대 지은(하희라 분)의 확연하게 대칭적인 인물 성격이 시청자로 하여금 이편저편을 따져 편들 수 있게끔 만든다고 밝히고 있다).

누구나 즐길 수 있는 드라마가 될 수 있었던 것이다.

1997년 중국 국영 CCTV에서는 <사랑이 뭐길래>를 방영했다.¹⁸⁾ 외국 드라마로는 매우 높은 시청률을 기록한 <사랑이 뭐길래>에 대해 ‘중국에서는 우리나라와 같은 유교적 전통에 따른 가부장제의 흔적을 찾아보기가 매우 어려운 실정인데, 이 드라마를 통해 한국에는 아직까지도 과거의 유교적 전통이 살아있다는 점이 모두에게 매우 충격적일 뿐만 아니라 중·장년층에게는 과거의 향수를 느낄 수 있게 해준다’¹⁹⁾는 점을 들어 중국에서 <사랑이 뭐길래>의 성공 요인을 찾았다.

<사랑의 뭐길래>는 <그림 4>와 같이 세계적 보편성의 소재인 ‘가족’에 대한 이야기를 전면적으로 담아내었다. 그러면서도 이와 대립 관계에 있는 ‘뿌리찾기’의 플롯은 거의 들어있지 않다. 또한 남녀 간의 ‘사랑’에 대한 이야기는 이 드라마를 이끌어가는 두 주인공의 중심 플롯이다. ‘가족’과 ‘사랑’이란 소재로 세계적 보편성을 띤 <사랑이 뭐길래>는 타 국가로의 진입 장벽이 매우 낮았다. 또한 동아시아 시청자들에게 ‘가족’과 ‘가족주의’는 중요시되는 가치이기 때문에 <사랑이 뭐길래>가 확산되는데 기여한 것으로 볼 수 있다. 여기에 보수와 개방이라는 가치의 대립을 밝고 자유



〈그림 4〉 <사랑이 뭐길래>의 특성

- 18) CCTV에서 방영한 <사랑이 뭐길래>는 최고 시청률 15%에 달했고, 종영되자 재방송을 요청하는 전화와 편지가 쇄도해 CCTV는 2차 방영권을 사서 재방송을 시작한다. 외국 드라마의 시청률이 보통 2% 내외라는 사실에 비추어볼 때, 얼마나 인기가 높았는지 짐작할 수 있다(박장순, 위의 책, 201쪽).
- 19) 한국방송진흥원, 「중국 방송산업 현황과 상호교류 방안 연구」, 『연구보고』 제1권 13호, 2001. 11, 153쪽(박장순, 위의 책, 202쪽에서 재인용).

로우며 코믹하게 그려내는 ‘韓 스타일’의 특수성이 가미되면서 중국에서 높은 시청률의 성공을 거둘 수 있었다. 특히 우리나라와 같은 유교 문화권에 있었던 중국 시장에서 보수와 개방의 충돌 현상은 낯선 것이 아니었기 때문에 <사랑이 뭐길래>의 시장 안정성은 실상 매우 높았던 것이다.

이처럼 <사랑이 뭐길래>는 중국 시장에서 한국 드라마 신드롬을 만들어 내면서 일본 드라마가 주도하고 있던 아시아 드라마 시장에 한국 드라마의 진입을 알리는 계기가 되었다. 또한 중국에서의 성공은 향후 아시아권에서 한국 중심의 드라마 시장을 열리게 하는 결정적 시초가 되었던 것이다.²⁰⁾

4. 한류 열풍의 성장기 : <겨울연가>

<겨울연가>는 2002년 1월에 방영된 KBS의 미니시리즈로, 윤석호 PD의 사계절 드라마 중 하나이기도 하다. 평균 시청률 23.1%였던 <겨울연가>는 우리에게 일본에서 한류 열풍을 몰고 온 드라마로 기억에 남아있다. 2004년 일본에서 <겨울연가>의 붐이 일었을 때 많은 사람들은 이를 일시적인 현상이라고 여겼다. 왜냐하면 대중문화의 소비 패턴은 문화 산업이 발달한 나라, 소비 시장이 더 큰 나라에서 그렇지 않은 나라로 흘러가는 것이 일반적이었기 때문이다.²¹⁾ 그러나 한류 드라마의 붐이 지속되면서 <겨울연가>는 <사랑이 뭐길래>로 촉발된 한류 열풍이 일본으로 확장하고 발전하는 계기를 마련한 드라마로 평가받게 되었다. 그렇다면 <겨울연가>의 소재에는 어떤 특성이 있길래 한류 드라마의 발전을 가져온 것일까?

<겨울연가>의 중심 플롯은 강준상(배용준 분)과 정유진(최지우 분)의

20) 1997년 <사랑이 뭐길래> 신드롬 이후, 베트남에서는 1998년 <보고 또 보고>, <애드버킷>, <신데렐라>, <영웅신화>, 1999년 <의가형제>등이 방영되었다 (유재기, 『황하와 아우자이 속에 어우러진 한류』, 『문화예술』 267호, 한국문화예술진흥원, 2001. 10, 32쪽. 박장순, 위의 책, 208쪽에서 재인용).

21) 채지영, 「일본인의 한국 대중문화 소비 특성에 관한 연구: 한국 드라마 소비를 중심으로」, 『한국심리학회지: 소비자·광고』 11권 4호, 한국심리학회, 2010, 824쪽.

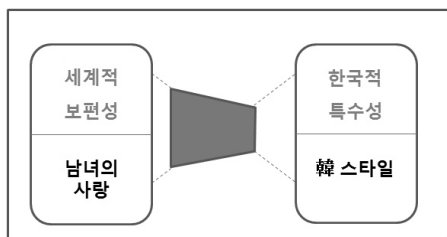
애절한 사랑 이야기이다. 여기에 강준상이 자신의 아버지를 찾아 떠나는 뿌리찾기 모티프가 더해진다. 유명한 피아니스트를 어머니로 둔 강준상은 서울에서 춘천으로 아버지를 찾아온다. 같은 학교에 다니는 상혁을 보며 그의 아버지가 자신의 아버지라는 생각에 상혁에게 적개심과 복수심을 갖게 된다. 준상은 상혁이 좋아하는 유진을 좋아하게 되지만, 유진과 만나기로 한 날 교통사고를 당해 기억을 상실한다. 그리고 유진과 친구들에게 준상은 사망한 존재가 된다. 10년 후, 유진은 준상의 모습을 가진 민형이란 존재를 만나게 된다. 유진과 민형은 서로에 대한 사랑을 느끼면서 민형의 기억을 찾기 위한 노력을 한다. 그러던 중 또 다시 민형은 교통사고를 당하고, 이 사고로 민형은 잃었던 기억을 되찾게 된다. 그러나 이번에는 유진의 아버지가 자신의 아버지일 수 있다는 사실 때문에 괴로워한다. 근친상간의 문제가 해결되고 나자 민형은 교통사고의 후유증이 생긴다. 수술을 할 경우 기억을 잃어 유진과의 사랑마저 잃게 되고, 수술을 하지 않을 경우 시력을 잃게 되는 상황에 놓인다. 그러나 결국 유진과의 사랑의 기억을 선택한 민형은 장님이 되고 만다. 민형은 프랑스로 유학 간 유진을 그녀가 설계한 ‘불가능한 집’을 짓고 기다리게 되고, 두 사람은 마침내 만나게 된다.

<겨울연가>는 준상과 유진이란 두 남녀의 사랑 앞에 수많은 장애 요소를 만들어 놓음으로써, 사랑의 완성을 매우 어렵게 만들었다. 그런데 그 장애 요소는 대부분 아버 찾기²²⁾로 인해 벌어지는 일들이다. 사생아로 태어난 자신의 존재, 뿌리를 찾아가는 준상에게 아버지란 존재는 자신의 정체성과 같다. 어머니와 준상으로 이루어진 가족의 형태에서 자신의 근원을 아버지로 보고, 이를 찾아나서는 준상의 행동은 가족으로부터 상처 받은 준상의 내면의 모습을 보여준다. <겨울연가>에서는 준상이 자신의 아버지를 찾아가는 과정을 보여주는 동시에 자신에게 비정했던 어머

22) <겨울연가>에 나타난 ‘아버지찾기 서사’는 박기수, 「겨울연가, 문제는 서사」, 김영순·박지선 외, 『겨울연가 콘텐츠와 콘텍스트 사이』, 다홍미디어, 2005, 139-170쪽에 서술되어 있다.

니로부터 결핍된 모성애를 끊임없이 갈구한다. 여기에 결핍된 모성애²³⁾와 아버지찾기의 서사가 팽팽하게 맞선다. <겨울연가>에서는 준상의 뿌리찾기 서사에 모성과 정체성 회복을 투영시켜 국외 시청자들도 공감할 수 있도록 만들었다.

한편 준상과 유진의 사랑이 이루어지는 과정도 험난하기만 하다. 상혁과의 삼각관계, 교통사고, 기억 상실, 두 번째 교통사고, 기억 회복, 근친상간, 교통사고 후유증, 수술 시 기억 상실, 그렇지 않을 경우 시력 상실이라는 감당해 내기 어려운 시련이 끊임없이 준상과 유진의 사랑을 방해한다. 그런데 현실에서 좀처럼 일어나지 않을 것 같은 장애 요인이 지속적으로 일어나다 보니 시청자들의 긴장감을 지속시키기보다는 시청자들을 지치게 만들 위험성이 컸다. 또한 시청자들은 준상과 유진의 사랑을 방해하는 더 위력적인 요소가 생기더라도 그 충격에 타성이 생길 수밖에 없었다. 이처럼 준상과 유진의 사랑이 이루어지는 과정에서 지속적인 충격은 시청자들의 피로도를 급증시키게 된다. <겨울연가>에서는 이러한 불안감을 아름다운 영상과 음악을 통한 연출, 배우들의 패션, 이국적 배경 및 소품 활용 등을 통해 극복해 낸다. 다시 말해 <겨울연가> 시청자들은 준상과 유진의 험난한 사랑이 극복되는 과정에서 연출된 장면의 이미지를 기억하고 그 감동에 열광하면서 긴장감을 유지시키는 것이다.



〈그림 6〉 <겨울연가>의 특성

23) <겨울연가>에 나타난 모성애에 대한 연구는 최혜실, 『한류드라마의 스토리텔링』, 새문사, 2007, 55-81쪽에 서술되어 있다.

<그림 6>에 나타난 것처럼 <겨울연가>는 세계적 보편성의 가치를 담아내면서 동시에 한국적 특수성도 드러냈다. <겨울연가>에서 나타난 ‘韓’ 스타일은 몽환적이며 아름다운 영상 이미지였고, 이러한 이미지는 시청자들을 사랑의 장애물에 대한 타성에서 벗어나게 했다.

<사랑이 뭐길래>가 가족 구성원 안에서 벌어지는 다양한 에피소드를 코믹스럽게 보여주었다면, <겨울연가>는 가족에 대한 아픔을 간직한 남녀 주인공의 사랑 이야기를 보여준다. <사랑이 뭐길래>에서 가족과 사랑을 통해 보여준 세계적 보편성의 가치는 <겨울연가>에서는 남녀의 사랑 이야기로 나타나는 것이다. 그리고 남녀의 사랑 이야기 안에 자신의 아버지를 찾아가는 준상의 모습을 통해 가족에 대한 이야기를 담아내고 있는 것이다.

<겨울연가>는 일본을 비롯해 동남아시아는 물론 한류 드라마의 불모지였던 이집트 등지에까지 수출되면서 한류 드라마를 한 단계 발전시키는 데 일조하였다. <사랑이 뭐길래>가 세계적 보편성의 가치를 내세우며 한류 드라마로서의 인기를 구가한 반면, <겨울연가>는 세계적 보편성과 함께 한국적 특수성도 드러내며 한류 열풍을 주도했다는 점에서 한류 드라마의 발전에 발판을 마련한 것이다.

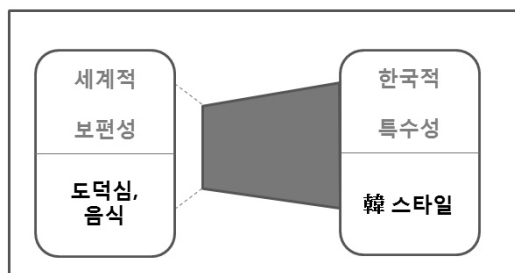
5. 한류 열풍의 확장기 : <대장금>

2004년 전성기를 누렸던 <겨울연가>의 인기가 시간이 지나면서 조금씩 떨어지자, 한류를 일시적 현상으로 바라보는 부정적 의견이 다시 일기 시작했다. 그런데 한류 드라마가 일회적인 인기몰이를 한 것인지, 지속적인 성장이 가능한 요인을 갖고 있는 것인지 의견이 분분하던 2005년, <대장금>이 64개국에 수출되면서 한류 위기설은 조금씩 잠재워지기 시작했다. <대장금>의 성공은 그동안 수출하기 어려웠던 사극²⁴⁾에도 한

24) 최초의 역사드라마 수출은 2001년 <장희빈>에서 시작된다. 그러나 대만에 수

류 열풍을 몰고 오는 성과를 가져왔다. 사극은 본태적으로 민족의 뿌리를 찾아가는 성격을 띠고 있어 한국적 특수성이 매우 강한 드라마이다. 그렇기 때문에 사극은 문화적 할인율이 매우 높아 타 국가로 진입하기가 어렵다.

2003년 방영된 대장금은 국내에서도 평균 시청률 57.8%의 큰 인기를 끌었다. 역사상 실존 인물 의녀 ‘장금’을 소재로 한 <대장금>은, 궁의 요리사였던 장금이가 고된 시련 속에서도 굴하지 않고 정정당당하게 정도의 길을 걸어가 결국에는 의녀를 거쳐 어의까지 된다는 이야기이다. 어떤 어려움 앞에서도 정당한 경쟁을 펼치려 한 장금이의 도덕적 성취는 문화할인율이 높은 역사극임에도 불구하고 세계인의 보편적 정서와 공감대를 형성할 수 있는 요소를 가지고 있었다. 시청자들은 장금이의 도전 정신에 자신의 가치와 신념을 투영시켜 카타르시스를 체험할 수 있었고, 이는 곧 시청자들에게 강한 자기만족감을 안겨 주었다. 또한 <대장금>이 궁중 내 이야기를 다루고는 있으나, 다른 사극과는 달리 주인공이 왕족이 아닌 일반 평민이었다는 점에서 누구나 쉽게 공감할 수 있는 보편성이 내재되어 있었다. 특히 그동안 사극은 남성 중심의 드라마로 인식되었는데, <대장금>은 평범한 여성이 궁궐에 들어가 성공하기까지의 지난



〈그림 7〉 <대장금>의 특성

출된 <장희빈>은 성공을 거두지 못한다. 그러나 2002년 대만에서 <명성황후>, <여인천하>, <상도>, <허준>, <태양인 이제마> 등이 연이어 방영된다. 이후 <다모>, <해신>, <궁>, <주몽>, <태왕사신기> 등이 수출된다(박장순, 위의 책, 219-220쪽 참조).

한 여정을 그려내어 보편적이면서도 이색적인 감흥을 안겨 줄 수 있었다. 여기에 궁중요리 중심의 전통음식은 음식이 가지고 있는 세계적 보편성과 한국 음식만의 특수성을 동시에 발현시켜 전 세계 시청자들의 호기심을 극대화시킬 수 있었다.

<대장금>은 음식, 도덕성과 같은 보편적 가치를 내재하고 있었기 때문에, 한국의 조선시대 실존 인물을 다룬 역사극이었음에도 불구하고 세계적으로 통하는 한류콘텐츠가 될 수 있었다. 그리고 <겨울연가>가 아름다운 배경으로 외국 시청자들에게 한 번 가보고 싶은 나라라는 인식을 심어준 것처럼, <대장금>은 전통음식으로 한 번 먹어보고 싶은 음식이라는 생각을 갖게 해 주었다. 이는 곧 외국인을 위한 관광 상품으로까지 연계되어 한류를 확장시켰고, 한류 콘텐츠의 위상을 한 단계 높여주는 도약의 기회가 되었다.

이처럼 <대장금>을 통해 사극도 세계적 보편성을 저변에 깔고 있으면 한류 드라마로 자리매김할 수 있다는 사실을 알게 되었다. 도덕심이나 음식과 같은 세계적 보편성을 가진 사극은 한국적 특수성이 강한 韓 스타일로 연출하더라도 그것이 배타적이거나 부정적이기보다는 오히려 이국적 문화에 대한 낯선 호기심으로 긍정적인 작용을 하게 되는 것이다.

6. 결론

본 연구에서는 1990년대 후반기부터 불기 시작한 한류 열풍의 중심에 드라마가 놓여 있다고 보고, 드라마의 특성을 분석하여 한류 드라마의 경쟁력을 파악해 보고자 하였다. 이를 위해 한류콘텐츠 창작소재의 특성으로 세계적 보편성, 한국적 특수성을 들었다. 세계적 보편성은 콘텐츠에 안정성을 부여하고, 한국적 특수성은 호기심을 유발하는 긍정적 효과를 가져온다. 반면 부정적 효과로 세계적 보편성은 진부함과 유치함을 가져오고, 한국적 특수성은 불안함을 야기할 수 있다. 한류 드라마에는 이러한 특성이 세계적 보편성을 띤 가족, 사랑, 도덕성 등의 가치로 나타났고,

한국적 특수성으로는 ‘韓’ 스타일의 연출력으로 나타났다.

본 연구에서 한류 드라마의 발전 단계를 초기(<사랑이 뭐길래>), 성장기(<겨울연가>), 확장기(<대장금>)로 나누어 보고, 각 단계마다 드라마 속에 세계적 보편성과 한국적 특수성의 비중이 어떻게 들어있는지 파악해 보고자 했다. 이를 위해 한류 드라마가 한 단계씩 발전하는 데 큰 역할을 한 작품으로 <사랑이 뭐길래>, <겨울연가>, <대장금>을 선택하였다. 한류 드라마의 시초를 연 <사랑이 뭐길래>는 1997년 중국에서 방영되어 큰 인기를 끌었고, 한류 드라마의 성장을 이끈 <겨울연가>는 2004년 일본을 시작으로 동남아시아에 한류 열풍을 몰고 왔다. 한류 드라마의 전성기를 만든 <대장금>은 2005년 64개국으로 수출되었다. <사랑이 뭐길래>는 가족을 중심으로 다양한 에피소드를 코믹하게 담아냄으로써, 가족이란 보편적 가치를 적극 반영하여 국가 간 진입 장벽을 낮춘 드라마였다. <겨울연가>는 남녀 간의 사랑과 정체성 찾기의 보편적 소재를 한국적인 영상으로 풀어낸 드라마로, 국외 시청자들에게 한국에 대한 호기심을 발동시킨 긍정적 효과를 가져왔다. 또한 <대장금>은 한국적 특수성이 매우 높은 사극이었지만, 선의의 도덕적 경쟁과 음식이란 보편적 소재를 내재함으로써 전 세계 시청자들의 공감대를 형성할 수 있었다.

또한 한류 드라마의 초기 단계에서는 세계적 보편성의 비중이 높았고, 성장 단계에서는 세계적 보편성의 비중이 줄어든 반면, 한국적 특수성의 비중이 늘어났다. 그리고 확장 단계에서는 세계적 보편성의 비중에 비해 한국적 특수성의 비중이 높았다. 이는 본 연구에서 분석 작품의 장르가 홈 드라마, 트렌디 드라마, 사극이었다는 점과도 연관된다. 가족 중심의 이야기를 풀어내는 홈 드라마는 세계적 보편성의 비중이 높은 편이다. 그리고 도시 속 남녀 사랑 이야기와 패션, 배경 등에 민감한 트렌디 드라마는 세계적 보편성과 한국적 특수성을 모두 담아 낸다. 한편 한국의 역사와 전통을 다루는 사극은 한국적 특수성의 비중이 높은 편이다. 이러한 흐름을 살펴보면 국외 시청자들은 초기에는 세계적 보편성이 높은 한류 드라마(홈 드라마)에서 시작하여 나중에는 한국적 특수성이 높은 한류

드라마(사극)로 순차적으로 받아들이고 있었던 것이다. 이는 <겨울연가>의 붐이 일었을 때 많은 전문가들이 한류를 일시적 현상으로 생각했던 것과는 달리 한류 드라마가 체계적이고 순차적으로 발전하고 있었다는 사실을 보여주는 것이다.

이렇듯 한류 드라마에 한국적 특수성인 ‘韓’ 스타일의 비중이 높아지면서 한류 드라마는 문화상품으로 자리매김하게 되었다. 국외 시청자들은 ‘韓’ 스타일로 연출된 드라마의 장면을 보면서 한국 문화에 대한 동경심을 갖게 되었다. 예를 들어 <겨울연가>에서는 남이섬이, <대장금>에서는 궁중요리가 대표적인 ‘韓’ 스타일이다. 이처럼 ‘韓’ 스타일은 곧 관광산업과 연계되어 한류 드라마는 외국 관광객을 유치하는 중요 콘텐츠로 자리잡게 되었다. 한국적 특수성은 한국 문화에 대한 낯선 호기심을 유발하는 중요한 요소이지만, 그 저변에는 사랑, 가족, 도덕심과 같은 세계적 보편성을 꼭 획득하고 있어야 한다.

본 연구에서는 한류 드라마의 인기가 세계적 보편성과 한국적 특수성을 가지고 있었기 때문에 가능했다고 판단하였다. 이를 위해 한류 드라마의 발전 단계에 따라 <사랑이 뭐길래>, <겨울연가>, <대장금>을 분석하였다. 세 편의 작품 분석을 통해 한류 드라마가 발전 단계에 따라 세계적 보편성과 한국적 특수성의 비중을 달리하고 있었다는 점을 밝히긴 했지만, 분석 작품의 수가 제한적이었다는 데에 본 연구의 한계가 있다. 앞으로는 한류 드라마의 공시적·통시적 분석을 통해 그 안에 내재된 세계적 보편성과 한국적 특수성의 요인을 보다 더 정치하게 밝혀내야 할 것이다.

- 경성대학교 인문학연구소, 『TV 드라마와 한류』, 박이정, 2007.
- 김영순·박지선 외, 『겨울연가 콘텐츠와 콘텍스트 사이』, 다홀미디어, 2005.
- 박장순, 『한국과 일본의 드라마 전쟁』, 커뮤니케이션북스, 2008.
- _____, 『한류, 신화가 미래다』, 커뮤니케이션북스, 2007.
- _____, 『한류의 흥행 유전자 밈』, 북북서, 2011.
- 방송통신위원회, 『2011 방송산업 실태조사 보고서』, 2011.
- 심두보, 「한류와 한국 드라마, 그리고 여성의 팬덤」, 『방송공학회논문지』 제12권 5호, 한국방송공학회, 2007. 9.
- 유세경·고민경, 「한국 TV 드라마의 시청행위와 한국과 한류에 대한 태도 관계 연구-중국 대학생을 중심으로」, 『미디어, 젠더&문화』 제6호, 한국여성커뮤니케이션학회, 2006. 10.
- 윤선희, 「아시아 공동체의 문화 정체성-한국 역사 드라마의 아시아 미디어 수용에 대한 문화연구」, 『한국언론정보학보』 제46호, 한국언론정보학회, 2009. 5.
- 이문행, 「국내 지상파 드라마의 특성에 따른 해외 판매 성과 분석」, 『언론과학연구』제6권 1호, 한국지역언론학회, 2006. 3.
- _____, 「아시아 8개국에 수출된 한국 드라마 특성에 대한 연구-2002년부터 2005년까지의 수출 실적을 중심으로」, 『한국콘텐츠학회논문지』 제7권 9호, 한국콘텐츠학회, 2007. 9.
- _____, 「중국인들이 선호하는 한국 드라마의 특성-인터넷 게시판에 나타난 시청의견을 중심으로-」, 『한국콘텐츠학회논문지』 제11권 6호, 한국콘텐츠학회, 2011.
- 임형민·박주연, 「한류 콘텐츠인 드라마 시청 동기와 문화 선호도에 관한 연구-중국과 일본 대학생을 중심으로-」, 『사회과학연구』제27집 4호, 경성대학교 사회과학연구소, 2011. 12.
- 장규수, 「한류의 어원과 사용에 관한 연구」, 『한국콘텐츠학회논문지』, 한

- 국콘텐츠학회 제11권 제9호, 2011. 9.
- 정수영, 「일본 내 한류 지형의 탐색 및 한류 수용자의 문화적 실천에 관한 연구-한류 전문가와 시민 그룹 KAJA의 심층인터뷰를 중심으로」, 『미디어, 젠더&문화』 20호, 한국여성커뮤니케이션학회, 2011. 12.
- 채지영, 「일본인의 한국 대중문화 소비 특성에 관한 연구-한국 드라마 소비를 중심으로」, 『한국심리학회지 : 소비자·광고』 제11권 4호, 한국심리학회, 2010.
- 최혜실, 「한류 현상의 지속을 위한 작품 내적 연구-드라마의 스토리텔링 구조 분석」, 『인문콘텐츠』 제6호, 인문콘텐츠학회, 2005. 12.
- _____, 『한류 드라마의 스토리텔링』, 새문사, 2007.
- 한국콘텐츠진흥원, 『2011 방송영상산업백서 2부』, 2011.
- _____, 『문화원형 창작소재 개발 중장기 로드맵 수립』, 2005.
- 한민·장수현, 「문화콘텐츠 개발에 있어서의 문화심리학적 제언-한·일 드라마에서 추출한 칭찬표현 비교분석에서 드러난 문화차를 중심으로」, 『인문콘텐츠』 제10호, 인문콘텐츠학회, 2007. 12.
- 허진, 「중국의 ‘한류’ 현상과 한국 TV 드라마 수용에 관한 연구」, 『한국방송학보』 제16권 1호, 2002.
- 히라타 유키에, 『한국을 소비하는 일본-한류, 여성, 드라마』, 책세상, 2009.
- He Jing Ru, 「중국 시청자들의 한류 드라마 시청행위에 대한 연구」, 한림대 대학원 석사학위논문, 2011.
- Zhou Yu Bo, 「중국 영상 문화에 끼친 한류의 영향-영화와 드라마의 경우를 중심으로」, 『Culture Industry and Cultural Capital』, 한국방송학회, 2005. 2.

〈ABSTRACT〉

Characteristics and Competitive Power of Korean Wave Dramas

Sangmin Lee
(Catholic University of Korea)

In this study, universality, global nature, uniqueness and ethnicity are presented as the nature of Korea Wave contents. The global nature and universality in the Korea Wave contents give stability to the content. The uniqueness and ethnicity induce curiosity. These characteristics are disclosed as love, family and Korea style in dramas. In this study, three dramas that are lined as main steps of the Korea Wave development are analyzed. In this manuscript, “Love what is this” that was aired in China in 1997 is considered as the beginning of Korea Wave Dramas. “Love what is this” is a story about a Korean patriarchal family. This drama successfully entered into the foreign markets by narrating the theme which has universality and global nature, in terms of Korean humor code. ‘Winter Sonata’ that was popular in Japan in 2004, plays a role of developing the Han-wave drama up another level. ‘Winter Sonata’ and the two main characters’ tragic love and trial are narrated with the beautiful scenery of Korea. <Dae Jang Guem> exported to 64 countries in 2005 contributes to expanding Korea Wave drama and enabled the cultural characteristics of Korea to be widely known. <Dae Jang Guem> highlights uniqueness and ethnicity than a global nature or universality. However, <Dae Jang Guem> was able to be successful worldwide by

containing universal human values and faith within the context of Korea's uniqueness and ethnicity.

Key words : Korea Wave dramas, universality, global nature, uniqueness(Korea style)

논문접수일 : 3.15 / 심사기간 : 3.16~4.5 / 게재확정일 : 4.10
