정신문화연구 2009 봄호 제32권 제1호(통권 114호) pp. 239~259.

研究論文

한일 문화번역과 청년문화의 경계설정*

소 영 현**

Ⅰ. 문화산업 시대의 문화번역
Ⅱ. 문화적 흐름의 불균등성 재고
Ⅲ. 취향으로서의 '일본', 상품으로서의 '일본문학'
Ⅳ. 세대론 비판과 청년문화의 재개념화
Ⅴ. 결론
<참고문헌>
<국문요약>

Ⅰ. 문화산업 시대의 문화번역

주지하다시피, 2000년대 전후로 불어 닥친 한류의 영향은 드라마와 영화와 같은 장르에 한정되지 않고 문화와 문화산업을 둘러싼 다양한 맥락에 가파른 변화를 초래했다. 가령, 한류 열풍의 여파는 중국, 일본, 태국, 대만, 베트남 등 아시아권에서 한국 책의 활발한 거래와 실질적 판매를 유발한 주요 계기가 되었다.[1] 물론

* 이 논문은 2007년도 한국학술진흥재단의 지원을 받아 연구되었음(KRF-2007-322-B00042). 이 논문은 성공회대 동아시아연구소 주최로 2008년 6월 28일 열린 국제학술대회에서 발표한 논문(「한일 문화 번역과 청년(청소년)문화 경계 설정」)과, SPICES 주최로 2008년 8월 9일 말레이시아 페낭에서 열린 국제학술대회에서 발표한 논문("Cultural Translation, "Japan" as a Taste and Re-Conceptualizing Youth Culture")의 수정본이다.

** 연세대학교 국학연구원 HK연구교수, 국어국문학전공(yhso70@hanmail.net).

1) 2002년 대만, 방콕, 일본, 북경 국제 도서전에서 드라마의 인기에 힘입은 소설『겨울연가』가 일본의 베스트셀러 목록에 오르고 최인호의『상도』가 중국에서 수십만 부 팔렸으며, 중국과 동남아권에서는 김하인과 조창인 등의 대중소설이 인기를 얻게 되는 새로운 경향도 마련되었다. 대한출판문화협회,『2004 한국출판연감』참조.

현재의 관점에서 보자면 1997년 이후 시작된 한류 바람은 '한류의 종말'로 마무리 되고 있는 듯하다. 문화산업 차원에서 한류의 의미와 실질적 영향이 과장되게 부풀려져 있었고 한국 문화산업의 가능성이 '국가' 단위의 산업으로 전유된 경향도 적지 않았던 것이다. 그럼에도 월경하는 문화의 시대를 맞이하여 문화번역 문제와 관련해서 지적하고 넘어가고자 하는 문제는, 한류 현상을 경험하면서 그간의 문화 관련 논의에 적지 않은 변화가 생겼다는 사실 자체이다. 구체적으로 말하자면, 그간의 문화 관련 논의들은 국내외적으로 급격한 관점과 범주의 변화를 요청받게 되었다. 한편으로, 국내적 관점에서 문화를 이제 더 이상 산업과 무관한 자리에서 논의할 수 없는 시점에 이르렀으며, 국외적 관점에서 보자면 한류 현상을 통해 아시아 '권역' 문화에 대한 새로운 논의의 필요성이 제기되었다.[2] 이에 따라 문화번역의 문제를 고찰하고자 할 때에도, 이미 레이 초우(Rey Chow)가 지적한 바 있듯이, 개별 작품이나 작가 혹은 드라마와 음악, 영화 등의 범주를 제한적으로 다루거나 국가 간의 수용-관계 차원에서 바라보는 관점은 더 이상 유용하지 않게 되었고,[3] 물적 토대와 경제적 층위인 산업 단위에 대한 고찰 없이 문화번역 관계를 심도 깊게 논의하기 어렵게 된 것이다.

이 글에서 다루고자 하는 일본소설 열풍의 경우도 다르지 않다. 일본소설에서 시작된 일본문화에 대한 관심은 드라마와 영화를 포함한 대중문화 전반에 대한 관심으로 확대되어간 경향이 있으며, 문화번역의 문제 특히 그 시발점으로서 일본소설의 번역/출판 문제에만 한정해보더라도, 더 이상 문화와 문화산업을 둘러싼 변화를 고려하지 않을 수 없게 된 것이다. 문화관광부가 2003년 5월에 제출한 보고서 「출판·인쇄문화산업 진흥발전계획」에 따르면, 출판은 '지식 문화산업의 핵심 콘텐츠'의 역할을 떠맡게 되었는데, 이는 출판이 문화가 아니라 문화산업의 차원에서 취급되고 처리되어야 할 문제임을 분명하게 말해준다.[4] 문화산업에 관한 논

2) 石田 佐恵子·木村 幹·山中千天恵(編), 『ポスト韓流のメヂイア社會學』(ミネルヴァ書房, 2007).

3) 레이 초우가 '권력 구조의 공시성' 혹은 '문화의 동시대성'이라는 용어를 사용하면서 강조한 바 있듯이, 멀티미디어 커뮤니케이션 시대의 문화번역은 더 이상 언어적인 차원의 수용이거나 '오리지널'과 그 '파생물' 사이의 불균등한 전환 관계만을 의미하지 않는다. 레이 초우는 여러 문화 사이의 조우를 유동적이고 폭넓은 경험으로 만들어주는 미디어를 문화번역의 장으로 이해한다. Chow, Rey(저)/정재서(역), 『원시적 열정』(이산, 2004), 273~294쪽.

4) 물론 이런 관점의 변화에는 출판물을 일차적 지적 저작물로 규정하려는 입장이 전제되어 있다. 지

의의 기원이라고도 할 수 있을 프랑크푸르트학파의 입장에서 시작해보면, 문화산업 시대로의 변화를 '결코 피할 수 없지만 환영할 수만도 없다'는 입장으로 논평하고 있는 프랑크푸르트학파의 비판적 감각은 현재의 변화를 돌아보는 자리에서도 여전히 우리에게 유의미한 지침을 제공해준다고 해야 한다.[5] 그러나 그럼에도 그간 문화 연구자들에게 문화산업은 문화와 자본의 결합으로, 대중문화는 순수문화와 전적으로 대립되는 상업문화로 이해된 측면이 있다. 문화와 산업을 둘러싼 다양한 문제를 두고 경직된 이분법적 관점에서 문화산업 시대의 도래에 대한 협소한 접근만을 허용했던 것이 사실이다.

문학과 문화의 경계 재설정 작업이 분과학문의 경계를 넘어선 연구로 촉진되고 성과를 축적하는 것과 같은 변화를 염두에 둘 때, 이제 문화는 산업과의 상관성 속에서 재검토될 필요가 있다. 따라서 한·일간 문화의 흐름(flow), 특히 한국에서 일본문학에 대한 관심이 증가한 현상에 주목하고자 하는 이 논문에서는 문화 산업의 기반이자 이른바 콘텐츠로 활용되고 있는 문학에 주목하여, 그에 기초해 있는 '일류(日流, Japanese wave) 현상'의 실체와 의미를 한국의 출판산업과 문화정책과의 상관성[6]이라는 중층적 맥락에서 바라보고자 한다. 신자유주의 지향과 함께

식이 산업적 가치로 규정되는 과정에서 출판산업도 '제반 응용 문화상품을 창출하는 원천이자 기반'으로 재규정되고 있는 것이다.

5) Adorno, Theodor · Horkheimer, Max(저)/김유동(외 역), 『계몽의 변증법』(문예출판사, 1995) 참조.

6) 문화정책의 실천 방향이 디지털 환경과 문화 콘텐츠 개발·활용에 집중되면서 정작 출판 분야가 문화산업 가운데 부차적인 영역으로 다루어진 측면이 있지만, 참여정부 출범과 더불어 제정되고 시행되었던 출판 및 인쇄진흥법(2003. 2. 27)과 함께 출판 정책의 전체 기조에서 '규제에서 진흥으로'의 전환이 이루어졌고, 현재에도 큰 변화 없이 출판과 인쇄문화산업에 대한 중장기적 진흥계획이 수립되고 진행되는 중이다. 문화관광부, 「출판·인쇄문화산업 진흥발전계획」(2003. 5). 참여정부의 출판 정책 관련 사항을 간략하게 정리해보면 다음과 같다. 2003년 5월 21일 발표된 "제1기 출판인쇄문화산업 진흥발전계획"에 따르면, 지식문화 강국 실현을 목표로, '[책 중심 대한민국] 비전 구현(Uniquitous-Book Korea Vision)' 구호 아래, 세계 5대 출판·인쇄산업 선진국가 도약의 기반 조성, 동북아 출판·인쇄 중심 시장 구축, 디지털시대 전자출판산업의 전략적 육성을 3대 목표로 제시했다. 실천을 위한 8대 정책 과제로는 출판산업 인프라 구축, 출판유통 현대화 기반조성, 양서출판 기반조성 및 전문인력 양성 지원, 출판산업의 국제경쟁력 강화, 세계적 전자책 주도국 지위 확보, 지방 출판문화 육성, 인쇄문화산업 진흥, 남북 출판교류 활성화가 제시되었다. 참여정부의 출판 및 인쇄진흥법은 2002년 7월 31일 국회에서 의결된 후 2003년 2월 27일부터 시행되었다. 참여정부의 문화진흥정책에 따라 우리나라 출판계는 출판 및 인쇄진흥법의 시행, 출판·인쇄문화산업진흥발전계획(2003~2007) 수립, 파주 출판문화정보산업단지의 조성, 문화관광부 내 출판

문화의 글로벌 시대가 개시된 1990년대 이후로 현재까지 뚜렷한 경향을 형성하고 있는 한·일간 문화의 흐름을 중심으로 문화정책과 산업, 출판 정책과 출판사, 서점으로 연계되는 생산과 유통 관계에 대한 고찰, 문화를 생산하고 소비하는 주체, 그를 둘러싼 아이덴티티 형성의 역학 관계를 문화의 조절(regulation, de-regulation, re-regulation) 메커니즘이라는 관점에서 검토하고자 하는 것이다.[7]

이러한 검토는 번역 주체와 대상이라는 일방향적이고 평면적인 구도로는 포착되지 않는 문화의 흐름 자체를 포착할 수 있게 할 것이며, 무엇보다 다층적 구조와 다기한 인자들, 그리고 문화의 흐름 자체를 현상하게 하는 갈등적 운동을 문화번역의 이름으로 재규정해야 할 필요성을 요청한다고 하겠다. 요컨대 이 글은 한·일간 문화번역 문제를 특정한 역사적 국면에 기초한 정치경제학적 배경[8]과 문화사회학적 효과, 다양한 구성 인자간의 역동적 충돌과 조절 과정이라는 다층적 국면에서 바라볼 것이며, 구체적인 절합(articulation)의 모멘트에 시선을 두고 문화의 흐름을 이해해볼 것이다. 따라서 이 글에서는 문제틀의 전환을 위해 요청되는 주요 입각점들—문화정책, 출판정책과 문학의 생산과 소비 문제를 포괄하는 문화산업, 프로슈머로서의 정체구성—을 중심으로, 상호교통적인 문화번역을 가능하게 하는 메커니즘 즉 세 층위의 구조화 방식을 조망해볼 것이다.

산업과의 신설, 프랑크푸르트 도서전 주빈국 행사 유치, 출판유통진흥원 설립, 학술 및 양서 출판 진흥, 출판물의 해외 수출 증가 등의 가시적인 성과를 만들어냈다.

7) 문화산업과 정책의 관계 변화에 대한 논의로는 Hesmondhalgh, David and Pratt, Andy C., "Cultural Industries and Cultural Policy," *International Journal of Cultural Policy*, 11/1(2005); Thompson, Kenneth(ed.), Media and Cultural Regulation(Sage Publications, 1997) 참조. 오해를 줄이기 위해 덧붙이자면 필자의 관점이 담론과 이데올로기 분석에 입각한 이 책의 'regulation' 개념과 정확하게 일치하지는 않는다. 필자는 상호작용(/반작용)을 통해 복합적인 구조가 유동적으로 조절되는 '과정'에 주목하고자 한다.

8) 정치경제학적 관점에서 문화를 바라보는 관점은 시대착오적인 것처럼 보이기도 한다. 그러나 문화의 가치를 새롭게 고평할 때 언제나 강조하는 것이 경제적 가치라고 할 때, 이런 논의가 손쉽게 배제하는 것이 문화의 공공성 문제임을 기억할 필요가 있다. 따라서 문화에 대한 균형 있는 접근을 위해 정치적 측면과 경제학적 측면을 동시적으로 고려해야 할 것이다.

II. 문화적 흐름의 불균등성 재고

한·일간 문화번역의 문제를 다루기 위해 우선적으로 검토되어야 할 사항은 국가 단위의 문학/문화의 영향 관계가 설정되는 방식에 관한 것이다. 서양과 동양식의 거시적인 구도가 아니더라도, 문화적 시차 혹은 격차에 기초하지 않은 국가 단위의 문화적 흐름을 논의하기는 쉽지 않은 것이 사실이다. 한국에서 일본문학을 '외국문학' 가운데 하나로 받아들이기 시작한 해방(1945년) 이후, 한·일간 문화 '교류'를 살펴보는 자리에서도 문화적 시차와 불균등한 권력 관계는 그간 빠지지 않고 거론된 문제였다.

일본문화 열풍이 뚜렷한 흔적을 남기고 있는 1960년대나 1990년대 이후를 주목해서 보더라도, 매 시기마다 경제 성장과 더불어 대중의 문화에 대한 갈증이 급격하게 증가했으나, 갈증의 해소를 위한 구체적인 방안들이 쉽게 마련되지 못했던 상황이었다. 문학의 경우, 일본에서는 이미 1950년대 이후로 순수문학과 대중문학의 구분이 희미해졌으며 공식적으로 중간문학이라는 용어가 사용되고 있었다. 따라서 새로운 감수성(/감각)의 등장과 함께 미처 처리되지 못한 문화의 빈틈이 오락성과 대중성을 담보한 일본문학에 의해 채워진 측면이 있다. 한·일간의 문화 교류가 특정한 시기에 한정되지 않고 1960년대 이후로 현재까지 음성적·양성적 차원에서 '일본문화를 참조점으로 한 한국문화'라는 구도 속에서 지속되었던 측면이 있으며,[9] 문화적 시차에 대한 검토가 문화번역을 둘러싼 문제에 유용한 답안을 제공한 측면이 있음을 부정할 수는 없는 것이다. 말하자면 '국내소설의 부진을 채워주는 일본소설', '틈새시장을 공략하는 일본문화' 등의 해석은 문화적 흐름을 시차에 의한 운동성의 차원에서 접근하는 이러한 방식의 유의미한 지점을 충분히 드러내고 있다고 해야 하는 것이다.[10]

---

9) 김병익, 「한국 속의 일본문화 공해론」, 『지성과 반지성』(민음사, 1977); 이일(외), 『일본 대중문화 베끼기』(나무와숲, 1998) 서문 참조; 홍성태, 「일본 대중문화 개방의 문화정치」, 『문화과학』, 41(2005); 김예림, 「1960년대 중후반 개발 내셔널리즘과 중산층 가정 판타지의 문화정치학」, 『현대문학의연구』, 32(2007), Ⅲ장 참조.

10) 한미화, 「일본소설 왜 어떻게 팔리고 수용되는가」, 『세계의문학』, 118호(2005년 겨울호); 강유정, 「응고된 부재 사이로 틈입한 도발의 언어: 오늘의 일본문학, 왜 읽히는가?」, 『문학과사회』, 73호(2006); 김봉석, 「한국에서 라이트노블이 갖는 의미」, ≪경향신문≫, 2007년 8월 30일자.

그러나 포스트모더니즘 이론에 입각해서 문화번역의 의미를 원본 자체에 내장되어 있는 끝없는 미끄러짐의 과정, 해석할 수 없는 잉여의 발견으로 본질화하지 않는다고 해도, 위계를 가진 문화 사이의 일방향적인 흐름 혹은 고급에서 저급으로의 변용으로 이해하는 한, 문화번역에 대한 논의는 문화의 시차라는 논의틀을 결코 벗어날 수 없다. 이러한 접근 방식은 원본의 가치를 역설적으로 고평하게 될 뿐 아니라 문화의 위계를 강화하는 결과를 낳게 된다는 점에서 문화제국주의와 미디어 제국주의 이론 모델과 맞닿아 있는 것이기도 하다. 앞서 언급한 바 있듯이, 미디어를 문화번역의 장으로 끌어들이고 보면 문화의 시차를 강조하는 논의는 일방통행적 흐름만을 포착하게 될 뿐이며, 따라서 다양한 미디어를 중심으로 역동적으로 움직이고 있는 트랜스내셔널한 문화 흐름의 복합 국면을 해명하기에 역부족인 관점이라고 하지 않을 수 없다.

실제 현실의 경우에도 문화의 역전 현상이나 상호 교통적 흐름의 사례를 어렵지 않게 발견할 수 있는 것이 사실이다. 가령, 특정한 연령과 계층, 성별에 한정된 수용이며 노스탤지어에 기반한 다소 퇴행적인 경향이라는 수긍할만한 지적들에도 불구하고, 일본에 불어 닥친 '한류'는 선진문화와 추종문화의 관계만으로 충분히 해명되지 않는다. 불균등성을 강조하는 논의는 '한류'에 한정하지 않더라도 많은 문화연구자들이 지적하고 있는 바, 왜 대중문화의 수준이 객관적으로 우월하다고 판단되는 일본이 아니라 한국의 대중 스타가 동아시아 문화산업의 총아로 떠오르고 있는가와 같은 질문에 대한 명확한 답안을 제공해주지 못한다. 급속하게 변화해가는 미디어 테크놀로지의 혁신에 비추어보자면, 원소스-멀티유즈(one-source multi-use)와 크로스 프로모션(cross promotion) 판매 전략의 결합을 통해 문화가 미디어 상품에서 나아가 거대한 상품 세계의 콘텐츠로 형질변경하고 있는 역동적 현실이 국가 단위의 문화적 시차보다 주요한 변동의 계기임에 분명한 것이다.

뉴미디어 시대로 명명할 수 있는 1990년대 이후의 개인이나 국가간 문화의 흐름은 이미 통제 가능한 범위를 훌쩍 넘어선 지점에서 이루어지고 있는 실정이다. 우리는 리얼타임으로 탈국경적 문화에 대한 손쉬운 접근이 가능한 시대를 산다. 문화의 흐름은 빠른 속도로 회전되고 매순간 역전되며 소비되며 폐기된다. 이 과정에서 소비되고 재생산된 문화는 일상의 영역으로 깊이 내화되고 있다. 패션이나 취향, 소비 성향을 넘어서 의식의 지향성에 영향을 각인하고 삶의 패턴 자체에 변

화를 가져오고 있는 것이다.

기억해야 할 것은 수명이 짧고 끊임없이 변전하는 트렌드나 라이프스타일에 대한 미시적 문화 분석은 문화의 흐름을 비판적으로 고찰하기 위한 유용한 접근 방식이 아니라는 점이다.[11] 문화의 흐름과 연관된 불균등성의 문제는 보다 거시적인 시각을 요청하는 것이다. 정보통신 기술의 비약적 발전과 함께 긍정적이든 부정적이든 트랜스내셔널한 문화적 흐름이 급속도로 원활해지면서, 문화의 장벽들이 대거 무너졌고 그에 따라 문화 차원의 권리를 확보하려는 주장이 목소리를 높이게 되었다. 물론 저작권의 법제화를 둘러싼 출판 환경의 변화는 전세계적인 시장의 단일화 경향에 '저항하면서 적응하는' 국가 단위의 조절 과정의 일환으로 이해되어야 하지만,[12] 실상 전세계적 저작권법의 강화도 이런 움직임과 무관하지 않다.

따라서 문화번역에 관한 한, 내셔널한/트랜스내셔널한 층위의 문제는 문화정책 그리고 문화산업이라는 서로 다른 문맥과의 상관성 속에서 고찰되어야 한다. 내셔널한 층위의 문화적 가치는 종종 트랜스내셔널한 층위의 문화적 가치와 상충할 수 있다. 그러나 상위 차원에서 보자면 양자 사이의 상호 영향 관계는 예상 외로 강고한 것이기 쉽다. 당연하게도 문화의 흐름은 단선적인 선분 위에서 이루어지는 것이 아니기 때문이다. 예컨대, 일본문화의 수입금지 정책이 단적으로 보여주는 바처럼, 문화적 흐름의 국가적 규제는 때로 로컬적 가치를 보호할 수 있지만 아이러니하게도 문화의 음성적 부패구조를 낳을 수 있다. 마찬가지 맥락에서, 다양한 문화의 생산과 보급 및 유지를 위해 전문적 서적이 시장성과 무관하게 출판될 수 있도록 마련된 제도적 장치인 도서정가제가 대형출판사와 대형서점, 온라인 서점의 점유율을 높여주었다는 점에서 출판 산업의 상황을 악화시킨 주된 원인이 되기도 했다는 분석에도 귀를 기울일 필요가 있다.[13]

---

11) Chua beng-huat, 「동아시아 대중문화의 개념화」, 『트랜스: 아시아 영상문화』(현실문화연구, 2006), 34~35쪽.

12) 우리의 경우, 1987년 10월 세계저작권조약(UCC Universal Copyright Convention)에 정식으로 가입한 후, 베른협약과 세계무역기구(WTO)의 무역관련 지적 소유권 협정(TRIPs)의 보호규정을 이행하고 있다. 1995년 11월에 국회를 통과한 저작권법 개정안에 따라, 1987년 10월 1일 이전에 공표된 외국 저작물을 보호해야 할 의무를 지게 되었고, 저작권법은 2006년 12월에 국회에서 통과되어 2007년 6월 29일부터 시행되고 있다. 물론 구체적인 실행 차원에서 국내외적 상황과 연동한 갈등이 끊이지 않고 있는 상황이다.

13) 박승룡, 「도서정가제와 공공도서관의 장서정책」, 『민주법학』, 35(2007) 참조.

그러므로 경제적 가치 평가의 기준, 고급과 저급 문화의 분기점 역시 고정되어 있다기보다 문화를 둘러싼 다양한 구성 요소들 사이의 조율 과정에서 변경되는 유동적인 것이라고 해야 한다. 문화 현상에 대한 검토를 정책과 산업 그리고 생산과 소비 주체와 같은 다양한 요소들의 갈등과 조정 과정으로 바라보아야 하는 이유가 여기에 있다. 요컨대, 문화의 흐름과 연관된 불균등성에 대한 검토가 이루어져야 한다면, 그것은 불균등한 수준에서 이루어지는 문화산업의 제작, 유통, 소비 구조 그리고 생비자(prosumer) 동향, 수입 금지와 개방 등과 연관된 '정책'의 층위, 규제와 탈규제와 같은 보다 복합적인 국면에 대한 고려를 통해 이루어져야 한다. 이런 작업을 거칠 때 문화상품이 '문화적' 경계를 넘고 있는 구체적인 흐름과 문화적 경계를 설정하고 재설정하는 문화번역의 양상을 보다 면밀하게 포착할 수 있는 것이다.

III. 취향으로서의'일본', 상품으로서의'일본문학'

1. 일본문학 열풍과 한일 문화번역 소사(小史)

1990년대 이후 '신세대'의 등장, 1998년 일본문화의 공식적인 전면 개방 등 일련의 문화적 사건들은 '일본문화'의 수용에 관한 문제들에 어떤 변화의 계기를 제공했다. 문화의 영향 관계를 논의하는 공식적인 장에서 1990년대 이전까지 '일본'은 식민지 근대에 대한 콤플렉스 없이 언급하기 어려운 단어였다. '일본문화'는 견고한 내셔널리즘에 의해 언급해서는 안 되는 '금지'된 영역이었던 것이다.[14] 그러나 실제로 한국사회에서 일본문화는 매우 광범위한 차원에서 오랫동안 영향력을 행사해왔음을 부인할 수 없다. 특히 '금지'의 대상이었던 일본 문화는 일본 문화를 활용하는 주체들에게 아무런 자의식 없이 일본 문화를 마구잡이식으로 모방하거나 베끼고 차용하게 만드는 부정적 추동력의 역할을 했다. 그리하여 우리는 모방 행위에 대한 죄의식과 폄하를 통해 교묘한 자기 합리화의 알리바이를 만들어왔고, 결과적으로 한국문화로 조작된 일본문화에 손쉽게 노출되거나, 금지된 일본문화를 공영방송을 통해 지속적으로 접하게 되는 아이러니한 역사적 경험을 하게 되었다.

14) 김춘식, 「동아시아 문화의 상업적 연대와 하루키 현상」, 『문학수첩』, 19(2007), 70~72쪽.

뉴미디어 시대가 불러온 새로운 문화 현상, 한국의 인터넷 글쓰기-소설의 장에서도 일본 문화의 영향력이 거대한 것에 대해서는 새삼 강조할 필요가 없을 것이다. '라이트노벨', 추리, 호러, 판타지 등으로 무한증식하고 있는 이른바 장르문학에 대한 논의는 일본을 참조하지 않고 시작되기 어려울 정도임은 주지의 사실이다.[15] 세분화된 장르문학에 대한 세밀한 연구가 한일 문화번역의 새로운 차원에 대한 논의를 가능하게 하겠지만, 일본문화 특히 일본문학을 받아들이는 주요 소비층을 통해서도 커다란 변화를 충분히 감지할 수 있다. 앞당겨 언급하자면, 그들에게 더 이상 일본문학은 '일본+문학'이라는 틀 안에서 수용되거나 소비되지 않는다.

대한출판문화협회가 납본된 도서를 근거로 2007년 1월 30일에 발표한 '2006 신간도서 출판통계'에 따르면 문학 분야의 시장규모는 3천 801억원으로 전년도 1위였던 아동 분야(3천 742억원)를 앞질렀다. 이때 흥미로운 사실은 문학의 출판시장 규모가 커지는데 결정적인 역할을 한 요인이 일본문학의 출간종수와 발행부수의 증가였다는 점이다. 2000년대에 들어 번역서의 증가와 함께 일본문학 그 가운데에서도 일본소설의 비중이 점차 증가해왔으며 이는 만화를 제외한 번역출판 분야에서 두드러진 변화가 아닐 수 없었다.[16] ≪주간동아≫는 2005년 11월 소설분야 베스트셀러 목록 50권 가운데 한국소설이 8권인데 비해 일본소설이 12권이 포함되어 있다는 사실을 들어 무라카미 하루키(村上春樹) 열풍이 불었던 1990년대 초 이후 '제2의 일본소설 전성기의 도래'를 선언했다.

2000년대 중반(정확하게는 2004~5)을 지나면서 새롭게 급증하게 된 일본문학 득세의 원인은 과연 무엇인가. 일본소설 열풍은 1989년 『상실의 시대』(문학사상사, 원제: ノルウェイの森)가 출간되면서 시작된 '하루키 신드롬' 현상에서 가시화되었지만 사실 1990년대 중반에 새롭게 등장한 낯선 현상만은 아니었다. 이미 1962년부터 실시된 경제개발계획, 그 가운데서도 출판산업 육성정책을 통해 출판의 다양화 및 출판사의 기업화가 진행되었는데, 이와 때를 같이 하여 일본문학은 양적으로 증가했을 뿐 아니라 높은 판매 실적을 올린 바 있다.[17] 오늘날과 마찬가

15) 김예림, 「대중문화산업의 물가에서 첨벙거리는 인터넷 소년/소녀 '작가들'」, 『문학판』, 2006년 가을호, 257쪽.

16) 자료: 대한출판문화협회 www.kpa21.or.kr 2006년 분야별 출판 시장 규모 참조.

17) 일본문학의 한국어 번역 상황에 대해서는 윤상인(외), 「일본문학의 한국어 번역 현황에 관한 조사(1954~1997)」, 『한양일본학』, 6(1998); 윤상인, 「일본문학의 한국어번역에 관한 통사적 고찰」,

지로 가와바타 야스나리(川端康成), 아쿠타가와 류노스케(芥川龍之介), 미우라 아야코(三浦綾子) 등 '아쿠타가와 문학상' 수상작과 베스트셀러가 주로 번역 소개되었으며, 특히 미우라 아야코의 『빙점』은 이후 영화와 드라마로도 만들어져 장기적 지지를 받았던 작품이었다.[18]

하루키 이후 무라카미 류(村上龍), 요시모토 바나나(吉本ばなな), 시마다 마사히코(島田雅彦) 등 일본의 신세대 소설가의 작품이 대거 번역되었고, 이에 따라 1990년대 이후의 일본문학은 외국문학 가운데에서 독보적인 위상을 마련해갔다. 이후 1999년 일본에서 단행본이 출간되었으며 2000년 한국에 번역본이 소개된 『냉정과 열정사이』의 성공과 함께 일본문학은 J-뉴스, J-pop, 드라마, 음식 등 이른바 '니뽄 스타일' 확장의 교두보 역할을 하면서, 점차 출판시장 자체를 잠식하기 시작했다. 2007년 한 해 서울대 도서관 대출 1위의 책이 오쿠다 히데오(奥田英朗)의 『공중그네』(은행나무)[19]라는 사실은, 일본소설에 대한 관심이 보다 두텁고 폭넓게 문화의 일부로 내화되고 있음을 보여준다.

물론 세분해보면 1990년대와 2000년대 이후 일본소설 열풍의 성격은 상반될 정도로 다르다고 할 수 있다. 1990년대의 일본문학 열풍의 정점에 새로운 감수성의 아이콘인 '하루키'가 있었다면 하루키의 '일본'은 80년대 한국사회의 정치적 무게를 덜어낼 수 있는 적절한 통로였다. 소설을 포함한 만화, 애니메이션 등이 문화적 다양성의 현실태로 기능할 수 있었으며, 일본문화에 대한 호의적 태도는 정부의 정책에 대한 거부의식의 간접적 표현일 수 있었다. 이런 의미에서 공공연한 비공식적 통로를 통해 퍼져나간 1990년대의 '일본' 열풍은 현실에 대한 네가티브한 행위로서 취택될 수 있었던 것이다.

그러나 1998년 일본문화의 공식적 개방 이후, '일본' 열풍에는 커다란 변화가 생겨나기 시작했다. 일본문화를 수용하는 과정에서 정치적 맥락이 삭제되기 시작했으며, 그에 따라 취향에 따라 일본문화를 선택하는 특정한 수용 그룹이 생겨나게 되었다. 대개 특정한 성별과 연령으로 구성된 이들 수용층에게 일본문화는 영

『아시아문화연구』, 12(2007); 강우원용, 「수용자 입장에서 본 일본문학의 번역양상(1)」, 『아시아문화연구』, 12(2007); 윤상인(외), 『일본문학 번역60년』(소명출판, 2008) 참조.

18) 문연주, 「일본문학의 국내 번역 출판 현황과 특성에 대한 통사적 고찰」, 『한국출판학연구』, 34/1(2008).

19) ≪동아일보≫, 2008년 6월 19일자.

화화와 드라마화, 문학과 만화의 중간적 성격을 가진 읽을거리, 도시적 감각과 쿨한 정서, 친밀한 관계맺음 방식을 특징으로 하는 국적불문의 문화로 받아들여진 측면이 있다.[20] 그리하여 취향에 따른 선택에 집중하는 그들에게 일본문화가 '미국화된 일본문화인가'와 같은 질문은 더 이상 필요하지 않게 된 것이다.

2.'정치'에서'문화'로,'국가'에서'취향'으로

물론 일본 열풍이라는 현상 이면에 내재해 있는 정황 즉 제도적, 구조적, 문화산업적 원인을 간과해서는 안 된다. '니쁜' 혹은 '니혼필' 브랜드 소설의 유행은 작품과 독자와의 직접적 관계 속에서 형성된 문화 현상이자 스타일의 변화만은 아닌 것이다. 출판산업의 맥락에서 보자면, 일본소설의 득세와 관련해 고려해야 할 중요한 인자로 출판사와 서점을 들 수 있다. 2007년 온라인서점 인터파크(www.book.interpark.com)에서는 소담출판사, 현대문학, 작가정신, 북스토리 등 일본문학을 소개하는 출판사를 중심으로 일본문학 대표작가 미니북 세트를 구성하고[21] 판매를 위해 활용한 바 있다. 온라인서점 Yes24(www.yes24.com)는 2007년 4월 국민관광 상품권과 소원고양이 등의 경품 행사 중심으로 'yes24 일본소설 기획전'을 마련한 바 있으며, 2008년에는 4월 4일부터 30일까지 '벚꽃 피는 봄에 일본문학 읽고 일본여행 떠나자~(08.4.4~08.4.30)'라는 이벤트를 가진 바 있다.[22]

일본소설 판매와 도쿄 여행을 하나의 문화상품으로 결합시킨 최근의 이벤트를 좀 더 살펴보자.[23] 총 16개 출판사가 참여한 이 이벤트는 공전의 히트를 기록한 하루키의 『상실의 시대』와 그 출판사(문학사상사)를 앞세우고 있다. 각 출판사는

---

20) 「2030 일본소설에 빠지는 이유」, ≪매일경제≫, 2008년 4월 7일자.

21) 미니북 세트에는 에쿠니 가오리의 『냉정과 열정사이 로쏘』(소담출판사), 츠지 히토나리의 『냉정과 열정사이 블루』, 히가시노 게이고의 『붉은 손가락』(현대문학), 이시다 이라의 『4teen』(작가정신), 요시다 슈이치의 『일요일들』(북스토리)이 포함되었다. ≪세계일보≫, 2007년 11월 20일자.

22) 물론 일본문학만 이벤트의 대상이 되었다고 말하고자 하는 것은 아니다. 대형 서점의 경우도 마찬가지이지만 인터넷 서점의 경우에는 무수한 이벤트가 점차 규모가 커지고 수효도 많아지는 추세이다.

23) 이 이벤트에 참여한 출판사는 다음과 같다. '문학사상사, 북스토리, 소담출판사, 작가정신, 민음사, 은행나무, 노블마인, 이레, 문학동네, 랜덤하우스, 예담, 북스피어, 대교베텔스만, 시공사, 한스미디어, 현대문학.'

대표 작품과 그 외 6편의 소설을 소개했는데,[24] 신간과 함께 다수가 드라마와 영화화된 소설이었다. 흥미로운 것은 이벤트의 중심에 작가가 놓여 있지 않았던 점인데, 각 출판사가 내놓았던 소설 리스트에서 무라카미 하루키나 요시모토 바나나, 에쿠니 가오리(江國香織) 정도를 제외하면 작가의 비중은 그리 크지 않았다. 오히려 대표적인 스테디셀러와 베스트셀러를 중심으로 소개되었고 정가와 할인율이 보다 중요한 정보로 제시되었다. 이것이 마지막 이벤트는 물론 아니다. 온라인서점을 중심으로 하는 일본 문화상품 관련 기획전은 끊임없이 계속되고 있다. 가령 2008년 5월 온라인서점 알라딘(www.aladin.co.kr)은 '만화와 소설, 이보다 멋지게 만날 수 없다!', '책보다 가볍고 만화보다 무거운' 등의 수식어를 동원하면서 '라이트노벨기획전'을 펼쳤으며, '일본문학 8대 작가전' 기획전에서도 작품과 작가 그리고 일본여행을 하나의 기획 속에 묶어 판매했다. 당연하게도 여기서 무라카미 하루키와 오쿠다 히데오는 같은 층위에서 다루어졌는데, 이 기획 속에서 개별 작가의 문학적 성격이나 차별성은 중요하지 않으며 그들 모두는 '한국에서 잘 팔린' 작품 혹은 그런 작품의 '작가'들로 통칭되고 있었기 때문이다.

일본문화 상품의 득세와 관련해서 분명한 것은 이러한 현상이 단지 수용자의 감수성의 변화로만 설명될 수 없으며, 문화상품으로서의 '일본'을 판매하기 위한 출판사와 서점의 적극적 협력의 결과물이라는 사실이다. 장르적 성격과 함께 대중성도 겸비한 작품에 수여되는 '에도가와 란포상'이나 '나오키상' 수상작을 중심으로 번역 출간본을 선택하며, 출판사와 서점은 그 작품들을 책표지에서 광고까지 완결된 하나의 팬시상품으로 '재생산'한다. 온라인서점이 이벤트를 적극적으로 활용하게 된 저간의 사정이 이와 무관하지는 않다.

이에 따라 2000년대 이후 등장한 '일본문학' 소비자들은 '일본문학'을 '문학'의 범주로 이해하기보다 '일본적인 것'이라는 '문화상품'으로 받아들인 경향이 있다. '취향으로서의 일본'을 선택하는 세대가 새롭게 등장했다고 말할 수 있을 것인

24) 대표작품의 목록은 다음과 같다. 『상실의 시대』, 『걸 girl』, 『맨드라미의 빨강 버드나무의 초록』, 『69:sixty nine』, 『울게 될 거야』, 『악인』, 『한 순간 바람이 되어라』, 『박사가 사랑한 수식』, 『모방범 1』, 『회랑정 살인사건』, 『바티스타 수술 팀의 영광』, 『혼조 후카가와의 기이한 이야기』, 『슈산보이』, 『월광 게임: Y의 비극 '88』, 『벚꽃 지는 계절에 그대를 그리워하네』, 『용의자 X의 헌신』(출판사 순), 그 외 『시간을 달리는 소녀』, 『혐오스런 마츠코의 일생』, 『조제와 호랑이 그리고 물고기들』, 『도쿄타워』, 『철도원』, 『눈물이 주룩주룩』, 『남쪽으로 튀어』 등이 소개된다.

데,[25] 일본문학의 독자층이 주로 팬시상품의 소비층과 맞물린 10대와 20대 초반의 여성이라는 사실을 통해서도 새로운 변화의 경향을 감지할 수 있다. 분명한 것은 '일본문학'을 선택하는 '취향'이 소비주체의 정체성을 구성하는 주요한 요인으로 작용하고 있다는 점이다.

그렇다면 과연 이와 같은 취향 집단이 만들어지는 기제는 무엇인가. 새로운 취향 집단은 라이프스타일과 라이프 타임 루프가 일본 문화상품과 긴밀하게 밀착되어 있다. 즉 십대 이전에 닌텐도 게임을 하고 저패니메이션을 즐겨 보았으며, 십대에 일본의 패션 잡지를 즐겨보고 일본 소설을 읽었던 그들에게 일본문화는 익숙하고 친숙한 것이었다. 또한 그들은 미디어 문화의 영향으로 비주얼 이미지에 친숙하며 무엇보다 인터넷을 통해 만난 새로운 문화에 즉각적으로 반응한다. 이렇게 해서 그들에게 일본문화는 이질적인 타국의 문화가 아니라 일상의 일부일 수 있게 되는 것이다.

흥미로운 것은 일본문화를 향유하는 집단이 '국가'로서의 '일본'과 '일본문화' 자체를 전혀 다른 차원의 것으로 분리해서 취급하는 태도가 보다 뚜렷해지고 있다는 점이다. 그들은 독도 문제를 둘러싸고 '일본'에 적대감을 드러내지만 그 적대감이 일본 문화에 대한 거부감으로 이어지지 않는다. 그들은 필요에 따라 '일본'과 '일본문화'에 대한 입장을 다르게 선택하며 두 문제를 분절적으로 이해한다. 이러한 일련의 변화들은 일본문화 열풍이 '한국문학 vs 일본문학 혹은 한국문화 vs 일본문화'와 같은 이분법적 대립 구도를 벗어난 지점에 놓여 있음을 인식할 수 있게 한다. 취향으로서의 '일본'에 대한 경도 현상을 통해서 다시 한번 확인할 수 있는 바, 뉴미디어 시대의 문화번역의 문제는 국가 차원을 넘어선 곳에서 논의되어야 하는 것이다.[26]

일본의 망가(manga)가 대만에서 드라마로 제작되어 한국에서 소비될 뿐 아니라 한국에서 제작된 일본의 망가(manga)가 타국의 드라마 소비까지 촉진하는 동시다발적이고 상호상관적인 초국가적 문화 이동 현상이 나타나고 있으며(「꽃보다 남자」의 경우), 국적을 따로 구분할 수 없는 문화상품 즉 배우와 자본, 미디어의 국가간

25) 황달기, 「한국의 일본대중문화 수용」, 『일본어문학』, 36(2007), 45쪽.
26) 최재목, 「한국에서 일류의 현상」, 『일본문화연구』, 20(2006); 윤상인(외), 『일본문화의 힘』(동아시아, 2006), 68~69쪽. 윤상인은 이러한 현상을 '일본문학의 일본어문학으로의 진화'로 명명한다.

합작 형식의 드라마와 영화 제작 등이 증가하는 추세이다. 리메이크를 통해 문자와 영상, 드라마와 영화의 트랜스내셔널한 문화 이동도 가속화되고 있다. 더구나 리메이크가 된다고 하더라도 그 과정에서 지역적(regional) 특성이 가미되어 전혀 다른 효과를 발휘하는 경우가 적지 않다. 이제 타국 문화의 습격과 자국 문화의 훼손이라는 구도는 성립하기 어려운 시대가 된 것이다.

요컨대, 일본과 일본소설에 대한 열풍은 문화적 시차에 따른 '자연스러운' 현상이라는 원본우선주의적 관점과는 관계가 없으며,[27] 오히려 주목해야 할 점은 그 열풍을 가능하게 했고 추동했던 정책과 산업의 논리들, 서로 다른 층위의 교차적 맥락과, 일본과 일본문화를 취향에 따른 선택과 문화상품의 구매/소비라는 전환적 맥락 속에 놓이게 한 새로운 주체의 등장 자체이다.

Ⅳ. 세대론 비판과 청년문화의 재개념화

문화의 보편과 특수 차원의 문제, 세계 수준과 지역 수준을 둘러싸고 전개되는 문화의 지형 변화를 평가할 구체적 방법은 보다 세심하게 마련될 필요가 있다. 글로벌한 문화와 변종의 지역문화 혹은 문화의 하이브리드화와 크레올화를 강조하는 방식이 능사가 아니며, 지역성에 대한 강조가 결국 국가 단위의 논의로 쉽게 전이될 수 있다는 점도 염두에 두어야 한다.[28] 문화가 아니라 문화를 움직이는 주체에 주목해야 하는 것은 이러한 까닭에서이며, '일류' 현상을 두고 국가 단위의 경계를 무너뜨리며 마련되고 있는 새로운 정체 형성 방식에 관심을 두어야 하는 것도 그래서이다.

문화를 향유하고 소비하며 생산하는 주체의 등장과 관련해서 가장 먼저 검토해야 할 문제는 새로운 정체 형성 과정을 '세대론'의 관점으로 환원하는 익숙한 방

27) 물론 헤게모니를 장악한 상징체계는 과연 무엇이며 그 이윤은 어디로 향하는가라는 질문이 날카롭게 제기될 필요가 있으며, 연계된 비판적 평가 작업이 분명하게 이루어질 필요가 있다. 이 문제는 차후의 연구 과제로 남겨둔다.

28) Annabelle-Mohammadi Sreberny(저)/이범수(역), 「국제 커뮤니케이션에서의 '세계성'과 '지역성'」, Curran, James and Gurevitch, Michael(편저)/김지운(외 역), 『현대언론과 사회』(나남, 2003), 97~231쪽.

식 자체이다. 일본의 문화 분석에서 '단카이(團塊)' 세대와 '단카이 주니어(團塊Jr)' 세대 등의 세대론에 입각한 연구가 익숙한 접근 방식 가운데 하나라면, 정치역사적 굴곡이 많았던 한국에서도 10년 단위의 세대론으로 그 변화를 기술하는 방식은 매우 익숙한 접근법 가운데 하나이다. 문화, 그 가운데서도 청년문화를 언급하는 자리에서 세대론적 접근 방식은 매우 보편적인 분석틀로 활용되어왔다.

새삼스러운 지적일 수 있겠으나, 세대론에 입각한 청년론에는 근본적인 논리의 한계가 내장되어 있다. 이미 세대론이 미디어를 중심으로 생성되고 유포되며 새로운 소비 유형을 만들어내는 중요한 조작 기제로 활용되고 있음이 충분히 밝혀져 있기도 하다. 뿐만 아니라 그간의 청년론에는 내적 함의 유무에 따라 유용한 틀이 되기도 하고 아니기도 한 다양한 논의들이 층위를 달리하면서 뒤섞여 있었다. 구체적으로 들여다보면 1970년대 청년문화론, 1990년 이후 신세대문화론, 2002년 참여세대문화론, 이와는 다른 측면에서 1987년 민주화 시대 이후의 개인주의적 신인류의 등장과 1997년 IMF 이후의 백수와 실업 청년의 등장, 그밖에 수많은 '~족'과 '~세대론' 등, 청년론에는 각기 다른 층위의 다양한 논의들이 서로 뒤엉킨 채 공존하고 있었던 것이다.

기억해야 할 것은 이 논의들이 결국 세대간의 갈등을 핵심 의제로 삼는 동일한 경향을 보여주었다는 점이다. 청년과 청년문화에 대한 논의는 부모-자식이라는 구도 안에서 구세대와 신세대, 기성세대와 일탈(저항) 세대라는 구분 즉 세대론을 반복하고 있었으며, 세대론적 분류에 따라 집단적 세대 정체성을 보여주는 스타일에 초점을 맞추고 청년문화의 하위문화적 성격을 검토하는데 연구를 집중시켜 왔다.[29] 요컨대 청년을 호출하는 주체와 목적에 따라 서로 다른 청년이 불려나왔으며 문화 구획이 그어졌던 것이므로, 결국 그간의 청년문화를 둘러싼 연구에서 청년문화는 기성세대의 헤게모니 쟁투가 재현된 장으로 다루어졌던 것이다. 세대론에 입각한 청년문화론이 청년 세대를 저항의 주체로 규정하고자 하는 논의와 맞물려 있었던 것은 이러한 이유에서이다.

---

29) 세대론에 대한 검토로는 이동연, 「세대정치와 문화의 힘」, 『문화과학』, 33(2003); 이동연, 「세대문화의 구별짓기와 주체형성」, 『문화과학』, 37(2004); 윤경원·나미수, 「문화지역화와 미디어 수용자 하위문화정책」, 『한국언론학보』, 49/1(2005); 주창윤, 「1970년대 청년문화 세대담론의 정치학」, 『언론과사회』, 14/3(2006); 김예란, 「1990년대 이후 한국사회의 문화생산 공간과 실천에 관한 연구」, 『언론과사회』, 15/1(2007) 참조.

그런데 이미 하위문화 연구자인 사라 손톤(Sarah Thornton)이 언급한 바 있듯이, 소비문화와 긴밀하게 연관되어 있는 청년문화가 미학적이거나 정치적 행위 지향을 내장한 논의 안에서만 유의미한 것은 아니며, 그런 의미에서 연령과 젠더의 차이가 곧바로 일탈과 구별짓기의 정치학과 동일시될 수도 없는 것이다.[30] 따라서 세대론의 맥락에 갇혀 있는 청년문화를 일탈의 코드나 저항의 스타일과 분리할 필요가 있다. 아울러 청년문화를 미디어 테크놀로지의 진보, 문화산업을 둘러싼 정책과 소비의 전략들이 불러온 새로운 변화의 국면 위에서 바라볼 필요가 있다.

흥미롭게도 취향으로 표출되는 새로운 감각의 등장과 긴밀하게 연관되어 있는 이러한 관점은 청년과 청소년의 경계 혹은 그들의 문화 사이의 차별성을 사실상 불분명한 것으로 만들고 있다. 한·일간 문화의 흐름이라는 관점에서 보자면 청년과 청소년 문화를 연령별로 구분하는 것은 엄밀한 의미에서 그리 유용한 방식이 아니다. 사실, 십대가 다국적 대중문화의 '전위대'가 된 것은 어제 오늘의 일이 아니다. 전세계 동심의 정복을 꿈꾸었던 '디즈니랜드'와 일본의 게임 및 아니마의 영향력은 이미 90년대 초반부터 그 영향력에 대한 우려의 목소리가 높았다.[31] 물론 이때의 십대는 무방비 상태에서 대중문화의 영향을 일방적으로 받아들여야 하는 수동적인 존재로, 이런 문화 공습으로부터 보호되어야 할 존재로 취급되었다.[32]

그러나 1990년대 이후 특히 2000년대 이후에 등장한 청년/청소년은 소비 혹은 규제와 보호 대상이라는 식의 획일적 규정이 불가능한 다원적 존재가 되고 있으며, 대중문화의 생산과 소비 등을 통해 문화산업 전반에 다각도의 영향을 미치고 있는 상황이다. 다양한 미디어에 기반해 있는 트랜스내셔널한 문화의 흐름도 이런

30) Thornton, Sarah. "The Social Logic of Subcultural Capital," Gelder, Ken and Thornton, Sarah(ed.), *The Subcultures Reader*(New York: Routledge, 1997).

31) 강준만, 「10대가 지배하는 대중문화」, ≪월간 말≫, 74호(1992).

32) 박명진, 「청소년과 새로운 미디어 문화: 포스트모던 문화의 관점」, 『문화연구 어떻게 할 것인가』(현실문화연구, 1993), 25쪽. "이들 세대론 미디어 문화상품들의 시장 전략은 지극히 공격적이고, 대상이 인성 형성의 과정에 있는 나이 어린 보호 대상이라는 점이 전혀 고려되지 않은, 상당히 걱정스러운 것이다. 이제까지 성인들을 대상으로 써왔던 멀티미디어(multi-media) 전략이 미국 일본 등지에서는 어린이 청소년 대상의 문화상품의 시장 개척에 어김없이 사용되고 있는데 이는 우리나라에서도 예외는 아니다." 청소년을 보호의 대상으로 규정하는 법적, 문화적, 이데올로기적 문제는 청소년 규제의 원칙을 넘어서서 사회 전체의 문화적 생산과 수용의 수위를 조절하는 기능까지 가지고 있다는 점에서 더욱 문제적이다. 이동연, 「청소년 정책의 이행과 문화정치」, 『문화과학』(2001. 9) 참조.

경향을 강화하는 추세이다. 뿐만 아니라 현실적으로 1990년대 이후 대학생의 수는 급격하게 증가했으며, '소비주체인 십대'로 1980년대를 보냈던 그들은 더 이상 특화된 '대학문화'나 '청년문화'의 구획 자체를 불필요한 것으로 만들고 있다. 그럼에도 생산주체에 대한 그간의 논의가 십대로까지 확장되지는 않았다고 해야 한다.

'일류' 현상을 두고 세대론적 접근이 포착하지 못하는 가장 중요한 사실은 단일한 집단의 것으로 취급되는 청소년문화에서 점차 외부와의 경계가 아니라 세대 내적인 차이와 분화가 심화되고 있다는 점이다. 인터넷과 인쇄 미디어를 통해 청소년들 사이에서 폭발적인 인기를 얻었던 '귀여니'의 소설이나 최근 일본에서 베스트셀러의 기록을 갱신중인 'ケータイ小説(handphone novel)', 그리고 '팬픽(fanfic) 문화' 등은 극단적으로 세분화된 특수한 형태의 문화이자 세대 내부의 차별적 문화임에 분명하다.

인터넷과 핸드폰으로 읽히던 소설이 출간되면서 서점가에서 높은 판매고를 올리고 있으나 이들의 문화는 심지어 같은 세대들에게조차 공유되지 않는다. 팬픽을 생산하고 공유하며 소비하는 집단이 철저하게 여성들로 국한되어 있음은 주지의 사실이거니와 팬픽 문화가 현실에서의 이성애와 가상공간에서의 동성애 지향적 경향을 공존할 수 있는 것으로 받아들이고 있음은 이른바 '네트워크 자아(networked self)'의 등장을 알리는 주요한 표지 가운데 하나라고 해야 한다.[33] 이러한 현상을 통해 젠더와 지역의 층위에서 보다 오컬트적 문화의 차별화가 강화되고 있음을 확인할 수 있는데,[34] 이때 잊지 말아야 할 사실은, '일본'이라는 '문화상품'을 선택하는 특정한 주체들에 대한 질문 즉 '이들이 누구인가'라는 질문에 앞서 이들이 등장하게 된 메커니즘과 그 작동의 논리들에 대한 분석이 선행되어야 한다는 점이다.

V. 결론

레이 초우는 『원시적 열정』에서 문화번역에 대한 자신의 관심을 다음과 같은

33) Bolter, David and Grusin, Richard(저)/이재현(역), 『재매개』(커뮤니케이션북스, 2006), 277~281쪽.

34) 김민정, 「사이버 여성 문화로서 팬픽(fanfic) 연구」, 『한국언론학회 심포지움 및 세미나: 2002 쟁점토론』(2002. 9); 김훈순·김민정, 「팬픽의 생산과 소비를 통해 본 소녀들의 성 환타지와 정치적 함의」, 『한국언론학보』, 48/3(2004) 참조.

질문으로 요약한 바 있다.

> 첫째, 어떤 형태로든 '오리지널'의 가치를 안정시키지 않고도 여러 문화 사이의 번역을 이론화할 수 있는가? 둘째, 번역을 은연중에 깊이, 즉 '심오한 의미'를 지향하는 해석으로 바꾸지 않는 방식으로 문화 사이의 번역을 이론화할 수 있는가?35)

질문에 답하기 위해 레이 초우는 언어적 층위의 번역을 넘어서는 작업들, 구체적으로는 다양한 기호론적 실천 사이에서 이루어지는 번역 작업이나 미디어를 통해 문화를 번역하는 작업 등을 언급한다. 이는 특정한 언어 혹은 표상의 양식으로는 통합될 수 없는 다양한 기호체계를 전제하는 서로 다른 사회집단 사이의 공시적인 교환과 투쟁으로 문화번역을 바라볼 필요가 있음을 제안해준다. 그의 제안과 관련해서 특별히 주목할 점으로 그의 번역관이 폐기하고 있는 분석의 거점들을 들 수 있을 것인데, 무엇보다 먼저 '번역의 주체'와 '번역되는 대상'의 명료성은 이러한 논의에서 탈경계화될 수밖에 없게 된다. 그에 따라 문화가 일방향적으로 번역된다거나 일방적으로 수용된다는 식의 번역론은 폐기될 상황에 놓이게 되는 것이다.

지금까지의 분석이 보여주는 바, 이제 우리는 더 이상 문화를 산업의 논리와 떼어놓고 생각하기 어려운 시대를 맞이하고 있다. '일류' 현상에 대한 검토가 말해주듯이, 문화번역에 관한 한, 비물질로서의 문화에 대한 연구는 제도와 물질적 토대 그리고 이 층위들을 넘나들면서 한편으로 수동적으로 형성되고 다른 한편으로 주체적으로 조정하는 주체와의 상관성 속에서 검토되어야 한다. 그러니 '10대'에 '일본'의 '라이트노벨'만을 읽고 '20대'에 '한국'에서 '라이트노벨' 전문작가가 되는 식의36) 예기치 못한 문화의 수용과 생산 메커니즘을 두고 '청년'과 '문화'의 경계와 범주를 재설정해야 할 계기로 삼는 것이 아니라 그저 해석을 기다리는 특이한 문화현상으로 규정해버린다면, 현재 활성화되고 있는 문화의 소비와 재생산의 장에 대한 적절한 검토는 난항을 겪게 될 것임에 분명하다.

무엇보다 세대든 젠더든 몇 가지의 구획선으로는 더 이상 극세분화되어 가는 문화 흐름의 여러 갈래를 다각적으로 포착하기 어려운 시대이다. 세대간 갈등에

35) Chow, Rey(저)/정재서(역), 앞의 책, 287쪽.
36) ≪경향신문≫, 2007년 8월 30일자.

천착하는 방식으로는 세대 내에 존재하는 다층적 갈등을 누락시키거나, 결국 문화적 정체성의 세분화로 귀결되는 계층간, 계급간, 지역별, 성별 갈등을 간과하게 되기 쉽다. 청년문화 일반이 아니라 소비문화 주체에 대한 보다 세분화된 접근이 요청되는 것은 그래서이다. 요컨대, 한·일간 문화의 흐름이 내장하고 있는 복합적인 메커니즘에 대한 고찰은 '변용'을 거친 문화나 전달되는 '의미'가 아니라 그 메커니즘의 운용이 드러내는 효과, 다양한 경계들의 교차를 통해 구성되는 새로운 정체 형성의 과정 자체를 고찰할 수 있게 하는 것이다.[37]

참고문헌

한국문화관광부, 『문화정책백서』.
대한출판문화협회, 『한국출판연감』.

강우원용, 「수용자 입장에서 본 일본문학의 번역양상(1)」. 『아시아문화연구』 12, 2007, 175~202쪽.
강유정, 「응고된 부재 사이로 틈입한 도발의 언어: 오늘의 일본문학, 왜 읽히는가?」. 『문학과사회』 73, 2006, 201~216쪽.
김민정, 「사이버 여성 문화로서 팬픽(fanfic) 연구」. 『한국언론학회 심포지움 및 세미나: 2002 쟁점토론』, 2002, 2~45쪽.
김병익, 『지성과반지성』. 서울: 민음사, 1977.
김영심, 『일본영화 일본문화』. 서울: 보고사, 2006.
김예란, 「1990년대 이후 한국사회의 문화생산 공간과 실천에 관한 연구」. 『언론과사회』 15/1, 2007, 2~40쪽.
김예림, 「대중문화산업의 물가에서 첨병거리는 인터넷 소년/소녀 '작가들'」. 『문학판』 2006년 가을호, 245~262쪽.
김예림, 「1960년대 중후반 개발 내셔널리즘과 중산층 가정 판타지의 문화정치학」. 『현대문학의연구』 32, 2007, 339~375쪽.
김춘식, 「동아시아 문화의 상업적 연대와 하루키 현상」. 『문학수첩』 19, 2007년 가을호,

37) 이 과정을 통해 결과적으로 문화소비계층의 변동이라는 사회 현상과 맞물려 있는 청년문화를 자체의 권리 주장이 가능한 문화, 포스트-서브컬처로 범주화할 수 있게 된다. Amit-Talai, Vered and Helena Wulff(ed.), *Youth Cultures*(Routledge, 1995), 1장 참조.

김현미,『문화번역』. 서울: 또하나의문화, 2005.
김훈순・김민정,「팬픽의 생산과 소비를 통해 본 소녀들의 성 환타지와 정치적 함의」.『한국언론학보』 48/3, 2004, 330~353쪽.
문연주,「일본문학의 국내 번역 출판 현황과 특성에 대한 통사적 고찰」.『한국출판학연구』 34/1, 2008, 189~219쪽.
박명진(외 편역),『문화 일상 대중』. 서울: 한나래, 1996.
손수호,「디지털 환경과 저작권 패러다임의 변화에 관한 연구」.『한국출판학연구』 51, 2006, 203~240쪽.
윤경원・나미수,「문화지역화와 미디어 수용자 하위문화정책」.『한국언론학보』 49/1, 2005, 5~28쪽.
윤상인(외),『일본문학 번역60년 현황과 분석』. 서울: 소명출판, 2008.
윤상인(외),『일본문화의 힘』. 서울: 동아시아, 2006.
윤상인,「일본문학의 한국어번역에 관한 통사적 고찰」.『아시아문화연구』 12, 2007, 151~173쪽.
이동연,「세대문화의 구별짓기와 주체형성」.『문화과학』 37, 2004, 135~153쪽.
이동연,「세대정치와 문화의 힘」.『문화과학』 33, 2003, 95~108쪽.
이동연,「청소년 정책의 이행과 문화정치」.『문화과학』 27, 2001, 344~359쪽.
이용준,「한국 출판정책에 대한 분석적 고찰: 제1기(2003~2007) 출판・인쇄문화산업 진흥발전계획을 중심으로」.『한국출판학연구』 50, 2006, 157~188쪽.
이일(외),『일본 대중문화 베끼기』. 서울: 나무와숲, 1998.
이임자,『한국출판과 베스트셀러』. 서울: 경인문화사, 1998.
주창윤,「1970년대 청년문화 세대담론의 정치학」.『언론과사회』 14/3, 2006, 73~105쪽.
최재목,「한국에서 일류의 현상」.『일본문화연구』 20, 2006, 83~101쪽.
표정훈,「외국 소설의 득세와 한국 출판 시장」.『문학과사회』 72, 2005, 202~216쪽.
한미화,「일본소설 왜 어떻게 팔리고 수용되는가」.『세계의문학』 118, 2005, 129~142쪽.
현실문화연구(편),『문화연구 어떻게 할 것인가』. 서울: 현실문화연구, 1993.

石田 佐恵子・木村 幹・山中千天恵(編),『ポスト韓流のメヂイア社會學』. 東京: ミネルヴァ書房, 2007.
Adorno, Theodor・Horkheimer, Max(저)/김유동(외 역),『계몽의 변증법』. 서울: 문예출판사, 1995.
Amit-Talai, Vered・Wulff, Helena(ed.), *Youth Cultures*. Routledge, 1995.
Cohen, Phil(저)/이동연(편역),『하위문화는 저항하는가』. 서울: 문화과학, 1998.
Curran, James・Gurevitch, Michael(편저)/김지운(외 역),『현대언론과 사회』. 서울: 나남, 1993.
Gelder, Ken・Thornton, Sarah(ed.), *The Subcultures Reader*. New York: Routledge, 1997.
Hesmondhalgh, David and Pratt, Andy C., “Cultural Industries and Cultural Policy.” *International Journal of Cultural Policy* 11/1, 2005, pp. 1-13.

Lash, Scott · Urry, John(저), 박형준 · 권기돈(역),『기호와 공간의 경제』. 서울: 현대미학사, 1998.
Chow, Rey(저)/정재서(역),『원시적 열정』. 서울: 이산, 2004.
Thompson, Kenneth(ed.), *Media and Cultural Regulation*. Sage Publications, 1997.
Bolter, David and Grusin, Richard(저)/이재현(역),『재매개』. 서울: 커뮤니케이션북스, 2006.

국 문 요 약

한 · 일간 문화의 흐름(flow), 특히 한국에서 일본문학에 대한 관심이 증가한 현상에 주목하고자 하는 이 논문에서는 문화 산업의 기반이자 이른바 콘텐츠로 활용되고 있는 문학에 주목하여, 그에 기초해 있는 '일류(日流) 현상'의 실체와 의미를 한국의 출판 산업과 문화정책의 상관성이라는 중층적 맥락에서 바라보고자 했다. 다시 말해 한 · 일간 문화의 흐름을 중심으로 문화정책과 산업, 출판 정책과 출판사, 서점으로 연계되는 생산과 유통 관계에 대한 고찰, 문화를 생산하고 소비하는 주체, 그를 둘러싼 아이덴티티 형성의 역학 관계를 문화의 조절 메커니즘이라는 관점에서 검토하고자 했다. 이러한 관점에서 일본 문화 전면 개방 시대를 맞이하여 일어난 일본문학 열풍을 출판산업과 문화정책, 인터넷 서점의 판매전략과 수용층의 변화를 중심으로 고찰해보았고, '일본'과 '일본문학'에 대한 새로운 수용태도를 취향으로서의 '일본'으로 그리고 문화상품으로서의 '일본문학'으로 변모해간 현실에 견주어 분석해 보았다. 아울러 일본문화에 열광하는 세대가 새로운 청년문화의 한 축을 형성하고 있다는 점, 일본문화에 열광하는 수용층이 단지 문화의 수용자가 아니라 새로운 문화의 생산자이기도 하다는 점에 착목해서, 그들의 태도 변화를 중심으로 청년과 청소년, 청년문화와 청소년문화를 둘러싼 개념이 재규정되어야 할 필요성을 요청해 보았다.

◉ 투고일 : 2009. 1. 10. ◉ 수정일 : 2009. 3. 6. ◉ 게재확정일 : 2009. 3. 12.
◉ 주제어(keyword) : 문화산업(cultural industry), 문화번역(cultural translation), 뉴미디어(new media), 일본소설(Japanese novel), 번역문학(literature in translation), 취향(taste), 대중문화(mass culture), 청년문화(youth culture), 트랜스내셔널리즘(transnationalism), 세대론(generation theory).