

중동 주요 3개국 정부 정책 변화와 한류 수용 양상에 대한 고찰: 사우디아라비아, 이란, 튀르키예를 중심으로*

구기연 서울대학교 아시아연구소 HK연구교수

한하은 서울대학교 아시아연구소 서아시아센터 공동연구원

안소연 서울대학교 아시아연구소 서아시아센터 공동연구원

중동에서 한류는 2000년대 드라마를 시작으로 역내 인기를 끌기 시작하였으며, 현재 케이팝을 중심으로 다양한 장르의 한국 문화콘텐츠들이 주목을 받고 있다. 하지만 중동 각국의 국내 정책들의 변화에 따라 한류 수용 방식에도 변화가 있음을 볼 수 있다. 이 연구에서는 이란, 사우디, 튀르키예 3개국의 국가 정책 변화에 따른 한류 수용 모습의 변화를 추적하였다. 사우디아라비아는 산업 다각화 전략의 일환으로 엔터테인먼트 산업을 적극적으로 육성하고자 하고 있다. 사우디 정부의 적극적인 문화·예술 발전 노력에 힘입어 한류에 대한 대중들의 관심도 지속해서 증가하고 있다. 이란에서 초기 한류는 국영 방송을 중심으로 서구 문화보다 '건전한 내용'의 문화 산업으로 인식되어 보급되었다. 하지만 케이팝을 중심으로 한 젊은 청년 한류팬들의 증가로 하나의 대안, 저항 문화로 자리 잡고 있다. 이에 이란 정부는 한류 문화 확산을 경계하는 입장을 보이고 있다. 마지막으로 튀르키예는 비교적 한류 대중화가 진척된 국가이지만 국가와 수용자들 사이에 긴장이 존재하는 형국이다. 친이슬람정당의 집권으로 사회가 보수화되고, 민족주의 정책의 일환으로 자국 콘텐츠 보호 정책이 강화되면서, 한류가 영향을 받는 모습이다. 본 연구는 중동 3개국의 국가 정책 변화에 따른 한류 소비 현상과 변화를 살펴보면서, 장기적으로 중동 한류 확산을 위해 고려해야 할 각국의 독자적인 미디어 및 문화 정책에 따른 다양한 대중들의 한류 수용 방식을 고찰하였다.

주제어 중동 한류, 사우디아라비아, 이란, 튀르키예, 케이팝

I. 서론

2022년 FIFA 카타르 월드컵 개막식에서 방탄소년단의 정국이 카타르 가수인 파하드 알 쿠바이시(Fahad Al Kubaisi)와 기념송인 'Dreamers'를 함께 불렀다. 정국의 '2022년 FIFA 카타르 월드컵' 개막식 공연 영상은 역대 아시아인 솔로 가수 라이브 공연 최초이자 역대 아시아 가수 라이브 공연 중 최단 기간 조회수 1억 뷰를 기록했고, 2023년 9월 기준 1억 5,000만 뷰를 기록하고 있다. 카타르 월

* 이 논문은 2023년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 공동연구지원사업의 지원을 받아 수행된 연구이다(NRF-2023S1A5A2A03085596).

드컵의 주제곡을 한국 아이돌 가수인 정국인 불렀다는 것은 중동을 넘어 세계적인 인기를 증명하는 것이다. 한국국제교류재단은 2021년 12월 기준으로 세계 ‘메나(MENA, Middle East and North Africa)’로 불리는 북아프리카·중동 지역 한류 팬이 10년 사이 130배 증가했다는 연구를 발표했다(한국국제교류재단, 2022). 반면 전 세계 한류 팬은 17배 증가한 것으로 나타나 메나 지역의 한류의 위상을 확인할 수 있는 대목이다(한국국제교류재단, 2022).

이에 따라, 최근 한국 정부와 기관들은 한류 현상을 발판 삼아 어떻게 중동 시장 확대를 꾀할지 고심하고 있다. 중동의 한류와 결합해 한국의 콘텐츠를 관광이나 각종 문화예술, 콘텐츠 사업의 수출로 어떻게 결합할 수 있을지에 대한 각 정부 기관의 움직임들이 포착되고 있다. 하지만 중동 한류 현상은 지역에서의 미디어 환경과 각 중앙 정부의 정책에 따라 중동 지역 국가들은 크게 영향을 받을 수 있다. 따라서 중동 내 국가별·지역별 환경에 대해 분석할 필요가 있다. 지난 20년 동안 메나(MENA) 지역은 국가가 주도하는 미디어 환경에서 다양한 미디어 환경으로 변화했다. 미디어 기업과 텔레비전 네트워크의 민간 및 반(半)민영 소유가 증가하고 있고, 향상된 커뮤니케이션 기술은 시청자에게 더욱 다양한 오프라인 및 온라인 프로그램을 제공하고 있다. 이에 중동의 시청자들은 더 이상 국영 텔레비전 채널에 의존하지 않고, 다양한 채널을 통해 미디어를 소비하고 있다(Tawil-Souri, 2008).

하지만 동시에 중동의 많은 권위주의 정권에서는 이와 같은 소셜미디어와 다양한 경로의 매체를 통한 미디어 변화에 경계의 태도를 보이기도 한다. 중동 지역에서 언론과 예술 분야에서의 표현의 자유는 오히려 강력한 검열과 규제로 후퇴하는 모습을 보이고 있다. 특히 이 연구에서 다뤄지는 튀르키예와 이란을 비롯한 대부분의 중동 국가는 정부를 비판하는 목소리를 규제하기 위해 형법, 미디어, 언론법, 사이버 범죄법 등을 강화하거나 수정 또한 새롭게 제정하였다. 또한, 검열 및 규제 기관의 권한을 확대하거나 새로운 조직을 신설하는 등 오히려 표현의 자유를 억압하고 있는 실정이다. 이에 중동 지역은 다른 지역에 비해 언론 분야에서의 표현의 자유 상황이 열악하다고 인식되며, 실제로 언론자유지수는 낮은 편이다(김정명, 2019: 108-111). 2022년 기준 언론자유지수를 살펴보면, 180개국 중 튀르키예 149위, 사우디아라비아는 166위, 이란은 178위를 차지하

고 있다.¹

이와 같은 미디어 환경에서 한국의 대중문화 콘텐츠와 한류 팬덤 등은 중동 각 정부의 정책변화에 영향을 받을 수밖에 없다. 중동 각국의 국내 정책 변화에 따른 한류 소비 양상을 살펴보면, 중동 한류가 각국의 정책에 따라 때로는 관 주도, 때로는 팬들 중심으로 수용하고 있음을 볼 수 있다. 이란은 이미 한류를 받아들인 역사가 깊은 만큼 수용 양상도 정부에 대한 저항의 이미지 등으로 깊이 있게 나타나며, 튀르키예 또한 이슬람 색채가 강한 정부의 정치적 탄압의 강도가 높아지면서 한류 팬들도 정부에 대한 저항의 표출로 한류가 새로운 역할을 하고 있다. 사우디의 경우, 한류에 대한 대중의 관심이 오래전부터 있어 왔지만, 사우디 정부의 개혁 추진 속에서 대중들의 한류에 대한 관심은 더욱 커지고 적극적으로 받아들이고 있다. 이에 따라, 본 연구에서는 이란, 사우디, 튀르키예 3개국의 국가 정책 변화에 따른 한류 수용의 변화를 추적하고자 한다. 사우디, 이란, 튀르키예 3개국은 중동의 주요 국가라는 점에서도 중동 한류의 발전 방안에 있어서 연구의 가치가 있으며, 아랍어권, 페르시아어권, 터키어권이라는 중동의 주요 언어권을 대표하는 국가들의 비교연구라는 점에서도 비교연구의 의의가 있다. 중동 주요 3국의 한류 현황과 수용 과정들을 보면서, ‘권위주의적인 이슬람권 국가’로 모호하게 접근하는 것이 아니라 각 국가별 정책에 따라 한류가 어떻게 다르게 발전 혹은 경계의 대상이 될 수 있는지를 살펴볼 수 있다.

본 연구자들은 이 연구를 위해 선행 연구와 2차 자료, 인스타그램, 텔레그램, 페이스북 등 소셜미디어 상에서의 각 지역의 팬덤에 대해 조사했다. 이에 더해 사우디의 경우 인스타그램 등의 소셜미디어 메시지 서비스를 통해 한류 관련 웹 페이지를 개설한 현지인들과 소통을 하였다. 이란 사례의 경우 한류 관련한 기사들, 부정적인 견해를 가진 동영상들과 한류 연관된 텔레그램방에 들어가 한류 수용 현상 등을 관찰해 보았으며 유학생들과의 4차례 이상의 심층면담을 통해 현지의 한류 현황을 파악하기 하고자 했다. 튀르키예 경우는 한국문화콘텐츠에 관한 긍정적·부정적 의견을 현지 미디어를 통해 조사했고 주튀르키예한국문화

¹ 국경없는 기자회(RSF), 2022년 언론자유 지수. 대한민국은 180개국 중 43위. <https://rsf.org/en/index?year=2022>(검색일: 2023. 8. 25.).

원 인스타그램을 통해 튀르키예 팬들의 구체적인 모임과 활동에 대해 살펴보았다. 하지만 3개 국가 대중들의 인터넷 서비스 활용 정도, 정부의 미디어 정책, 한국 정부와의 관계 등이 세 개 국가 별로 차이가 존재한다는 점에서 3개 국가가 통일된 조사 연구 방법으로 한류 수용 양상을 분석하기에는 어려움이 있었다. 그럼에도 3개 국가 최대한 동일한 조사 방법으로 연구를 진행하고자 하였다.

II. 중동 한류 현황

중동 내 한류의 역사는 2000년대 초반 한국에서도 큰 인기를 얻었던 드라마들이 중동 국가들에서 방영되던 시점으로 올라간다. 주몽, 커피프린스 1호점, 겨울연가 등 한국에서 큰 인기를 얻었던 드라마들이 중동 국가들에서도 방영되었다(김수완, 2014: 46). 그리고 이어 2008년 대장금은 중동 내 한류의 입지를 크게 굳힌 계기가 되었다. 이란에서 대장금과 주몽의 시청률이 80% 가까이 도달하며 한류의 물꼬가 트인 셈이었다. 드라마 이외에도 K-POP, 영화 등 한국 문화는 중동 전역으로 퍼져 나갔다. 이란에서의 인기에 힘입어 대장금은 UAE, 사우디아라비아 등 아랍 국가에서도 방영되고 큰 인기를 얻었다. 그 결과 한국 상품, 한국 뷰티, 한국어 학습에 대한 관심도 크게 증가하였다. 최근 전 세계 한류 인기도 조사에 의하면 중동의 한류에 대한 인기도가 평균 48.2%를 기록하면서 가장 높은 인기를 보인 지역으로 평가되기도 하였다(2022 글로벌 한류 트렌드 조사: 101). 이렇게 한류는 중동에서 상당한 입지를 차지하고 있다.

중동에서의 한류 인기의 원인을 살펴보면 한국 문화의 유사성이 꼽히고 있다. 카타르 대학교 여대생 21명(카타르인 10명, 이집트인 8명, 시리아인 3명)을 대상으로 심층면접을 진행한 연구(Malik, 2019: 5746)에 따르면, 팬들은 젠더 관계를 포함한 한국 문화와 가족 가치의 전유를 통해 케이팝에 대한 문화적 친밀감을 표현한다. 또한 중동 시청자들에게 한국 드라마는 품위 있고 깨끗하고 비폭력적이기 때문에 가족들과 함께 할 수 있는 드라마로 인식된다. 실제로, 한류는 중동 방송사들의 콘텐츠가 부족하고, 중동 및 이슬람 전통 가치에 어긋나는 외국 방송 콘텐츠들이 범람하던 시점에서 중동의 문화 코드에 부합하면서 대중들의 사랑을

받기 시작하였다(김수완, 2014: 50). 주몽과 같은 사극의 경우 정부 국영방송에서 송출하면서 대중들이 더욱 쉽게 접할 수 있었다. 특히, 영웅주의, 역사성, 권선징악과 같은 문화적 유사성이 한국 사극에 대한 중동 대중들의 호감을 이끌어내는 데 크게 기여한 것으로 나타났다. 뿐만 아니라, 한국의 현대물 또한, 새로운 가치관과 가족 중심 문화라는 전통적 가치관 모두 내재하고 있어서 이러한 내용을 담은 내 이름은 김삼순 같은 현대물이 이란에서 큰 인기를 얻기도 했다는 분석도 있다(구기연, 2014: 17). 또한, 최근에는 넷플릭스 등의 온라인 및 모바일 플랫폼이 중동에서 보편화되면서 한국 영화에 대한 인기도 꾸준히 상승하고 있다. 2022년 글로벌 한류 트렌드 조사에 따르면 중동에서 가장 소비량이 높은 한국 콘텐츠는 영화(40.54%)인 것으로 나타났다(2022년 글로벌 한류 트렌드 조사: 79). 특히, 최근, 온라인 플랫폼의 확산에 힘입어 ‘오징어 게임’과 ‘기생충’이 각각 중동 드라마 및 영화 인기 순위 1위를 기록하기도 하였다(2022년 글로벌 한류 트렌드 조사: 117). 과거 정부 주도 국영 방송에서 사극이나 가족물과 같은 건전한 내용 위주의 한류 콘텐츠를 방영하여 이러한 장르가 대중들의 관심을 받았다. 하지만 최근 온라인 플랫폼의 확산으로 대중들은 ‘오징어 게임’, ‘기생충’과 같은 자극적인 내용이 담긴 현대물에도 관심을 가지기 시작하였다. 즉, 최근 미디어 환경의 변화로 중동 대중들이 선호하는 한류의 장르와 콘텐츠의 범위가 확대되고 있다는 것을 확인할 수 있었다.

한편, 한국 드라마와 함께 K-POP도 중동 대중들의 큰 관심을 받기 시작하였다. 중동 내 K-POP에 대한 인기는 2012년 사이의 강남스타일이 전 세계 미디어 및 소셜 미디어를 통해 확산되면서 한 획을 그었다고 할 수 있다(구기연, 2014: 4). K-POP이 중동 내에서 많은 인기를 끌면서 K-POP 가수들에 대한 관심이 일종의 팬덤 현상으로 자리 잡는 모습도 나타나기 시작하였다. K-POP의 인기 상승과 더불어 UAE, 사우디아라비아, 오만 등에서 K-POP 가수들이 콘서트를 개최하면서 중동 팬들로부터 많은 환호를 받았다. 특히, 최근 대중들에게 영화관 및 콘서트 관람 등의 자유를 허용해 주는 등 대대적인 개혁을 추진하고 있는 사우디에서 한국의 BTS(방탄소년단)는 콘서트를 개최하기도 하였다. 사우디 여성 팬들이 밤을 새우며 BTS 콘서트 입장을 기다리는 모습은 한류가 중동의 변화의 중심에 있음을 확인할 수 있는 계기였다(엄익란, 2021: 18-19). 또한 최근에는 중동 한

표 1 MENA 지역 세종학당 및 한국문화원 현황²

	세종학당 총 12곳	한국문화원(3), 문화홍보관(1)
국가별 현황	튀르키예 4/아랍에미리트 3/ 팔레스타인 1/요르단 1/ 이란 2/ 사우디아라비아 1	주아랍에미리트 한국문화원, 주튀르키예공화국 한국문화원, 주이집트 한국문화원, 주이란 대사관 문화홍보관

류 팬덤 역시 한류 팬덤이 뜨거운 대다수의 국가에서 나타나는 것처럼 디지털 콘텐츠 소비와 소셜 네트워크의 발달로 팬들이 적극적으로 콘텐츠 제작 참여와 자신만의 콘텐츠 재생산에 참여하고 있는 양상을 보인다(민지은, 2022: 167). 다시 말해 중동 한류 팬들 역시 생산과 소비를 함께 하는 프로슈머 한류 팬의 양상을 보이고 있는 것이다.

이러한 한류의 확산은 중동 내 한국에 대한 이미지, 한국 상품 선호도 상승 등으로 이어지기도 했다. 박옥필(2017)은 한국 영화나 드라마가 중동 대중들의 한국 국가 브랜드 및 이미지에 영향을 미치고 있다는 연구 결과를 도출하기도 하였다(박옥필, 2017: 94-95). 특히, 한국국제문화교류진흥원(KOFICE) 조사 결과에 따르면 “한류 파급효과에 따른 한국 제품 및 서비스 향후 이용 의향”을 물어볼 때, 중동과 아프리카 조사 지역에서 압도적으로 긍정 의견을 내놓은 것으로 나타났다(한류백서, 2021: 297). 한류의 확산은 한국어 열풍으로도 이어지고 있다. 중동 내 한국어를 배우고자 하는 사람들의 수가 급증하면서 한국어 전문 교육기관의 숫자도 크게 늘고 있다. 중동 전역에 한국어 교육기관인 세종학당의 수는 12곳으로 증가하였으며 한국문화원은 3곳, 문화홍보관은 1곳에 달하고 있다.

한국국제교류재단 홈페이지에서 확인할 수 있는 ‘지구촌 한류현황’³에 따르면 2022년 중동 국가들 중에는 이집트가 동호회 86개로 가장 많고, 49만 4명으로 집계되어 있다. 이는 페이스북 해당 페이지 가입인을 기술적으로 집계했다는 점에서 정확한 회원 수라 하기는 어렵다. 또한 이란의 경우 통신원이나 조사의

² 해외문화홍보원(kocis.go.kr), 세종학당재단(ksif.or.kr) 홈페이지 참고.

³ 여기서 확인할 수 있는 중동 국가는 레바논, 리비아, 모로코, 모리타니아, 바레인, 사우디아라비아, 시리아, 아랍에미리트, 알제리, 예멘, 오만, 요르단, 이라크, 이스라엘, 이집트, 카타르, 쿠웨이트, 튀니지, 팔레스타인이며, 이란은 국가 리스트에는 있으나 자료가 부재하다. 또한 튀르키예는 중유럽으로 분류되어 있다.

부재인지 동호회 수나 회원 수가 전혀 집계되지 않았다는 점에서 정확한 통계 결과로 보기는 어렵다. 이 결과에 의하면 중동은 동호회 회원 수 통계에서 12개국 대륙 중 8위로 집계된다.⁴ 하지만 이 보고서에서도 한계점으로 지적되어 있듯이 (2022 지구촌한류현황: 20-26), 대부분의 동호회 회원 수가 중복 계산의 가능성이 있어 앞으로 중동 시장에 관련해서는 질적인 조사가 함께 이루어져야 한다.⁵ 한류 동호회의 꾸준한 증가세는 아프리카, 중동 지역의 한류 문화에 대한 수용도가 높아지고 있음을 보여 주고, 한류 확산에 대한 긍정적인 전망을 가질 수 있다. 표 2에서처럼 사우디아라비아, 이란, 튀르키예 각국의 미디어 환경과 정부의 입장, 그리고 미디어 플랫폼의 종류에 따라 한류 수용 방식은 각기 다르다. 이에 다음의 장에서는 사우디, 이란, 튀르키예 정부의 정책 변화와 한류 수용 상황에 따라 구체적으로 살펴보기로 한다.

III. 정부 주도 문화 개방 추진 속 한류의 부상: 사우디아라비아

지난 9월 6일 넷플릭스에서 최초로 사우디 코미디 드라마 “타히르의 가족”이 방영되었다. 본 드라마는 넷플릭스에서 최초로 방영되는 사우디 쟈트를 배경으로 한 코미디 가족물이라는데 큰 의미가 있지만 눈길을 끄는 요소가 한 가지 더 있었다. 드라마에 나오는 여주인공 아지자가 한국어를 하는 장면이었다. 드라마에서 아지자는 20대 여성으로 한국 문화를 좋아하며 한국어를 배우기 위해 한국행을 계획하고 있었다. 사우디 사상 첫 넷플릭스 드라마에서 여주인공이 한국

⁴ 한국국제교류재단 자료에 의하면 2022년 동호회 회원 수는 동북아 87,430,786명, 동남아 36,068,015명, 북미 21,246,157명, 남미 8,152,618명, 유라시아 8,019,999명, 서남아 5,363,548명, 중유럽 3,107,501명, 중동 2,785,692명, 대양주 2,374,502명, 서유럽 2,073,413명, 중미 카리브 1,730,396명, 아프리카 111,634명 순이다. <https://www.kf.or.kr/koreanstudies/hallyu.do#none> (검색일: 2023. 8. 21.).

⁵ 예를 들어 예를 들어 이란 사례처럼 인스타그램, 텔레그램 중심의 팬클럽 활동이 증가 된 경우가 통계 자료로 들어가지 않는 점이 문제이다. 또한 페이스북 한류 관련 페이지의 중복 가입 여부가 확인되어 있지 않다는 점에서도 연구 결과 도출 과정에 문제가 있다고 볼 수 있다.

표 2 사우디, 이란, 터키 3국 한류 현황 비교⁶

사우디		이란	튀르키예
한류 시작 시기	2005년 대장금 방영	2006년 대장금 방영	2005년 대장금 방영
2023년 기준 인기 한류 콘텐츠	드라마 '오징어 게임', 지금 우리 학교는, 사내맞선, 이상한 변호사 우영우	국영 방송 태종 이방원, 슬기로운 의사생활 위성 방송 더 글로리, 셀러브리티, 재벌집 막내 아들, 이상한 변호사 우영우	'오징어 게임', 비밀의 숲, 호텔 델루나 더 글로리, 마스크 걸
	영화 '기생충', 부산행, 범죄도시	'기생충', 싱크홀, 길복순	'기생충', 부산행, 아일라
	케이팝 방탄소년단, 블랙핑크, 정국, 아이유	블랙핑크, bts, 엑소, Stray Kids, TXT(투모로우바이투게더)	블랙핑크, 방탄소년단, 지수, 지민
	예능 솔로지옥	나혼자 산다, 1박 2일, 청춘MT, 런닝맨	피지컬 100
한류 소비자 층 연령대와 성향	여성: 드라마, 영화 위주(20대-30대) 남성: 영화(20대-30대), 게임(30대) 위주	사극 드라마: 중장년층(친정부, 중도보수 층) 트렌디 드라마, 영화, 케이팝-젊은 여성, 젊은 세대	드라마, 영화: 20-30대 여성 위주 케이팝: 10-20대 여성 위주 웹툰, 게임: 10-20대 남성 위주
주요 플랫폼	온라인 모바일 플랫폼, 넷플릭스: 드라마 유튜브: 영화, 음악 채널 아마존 프라임: 예능 TV 방영	국영 방송, 위성미디어, 이란 인터넷 방송(Flimo, Tamasham Aparat) 불법공유사이트, 인스타그램/텔레그램	지상파, 케이블TV 방영 무료 온라인/모바일 동영상 스트리밍을 이용(유튜브) OTT(넷플릭스) 트위터/인스타그램/페이스북
정부의 입장	한국 정부와 엔터테인먼트 산업 개발에 적극 협력, 케이팝 콘서트, 케이팝 경연대회 등 다양한 한류 관련 행사 개최	국영방송 콘텐츠에 대해서는 정부 선호, 이외 플랫폼으로 공유되는 드라마와 케이팝에 대해서는 비선호, 경계	한국 영화와 드라마에 대해서는 선호 케이팝에 대해서는 경계
선호 한류 콘텐츠	한국드라마, 영화, 케이팝, 예능	한국드라마, 케이팝, 아동 애니메이션 등	한국 영화, 드라마
비선호 이유	한국어가 어렵고 생소 자막, 더빙을 보는 것이 불편함	대중: 젊은 세대들의 자문화 외면 정부: 팬덤을 통해서 단체 저항에 대한 우려	지나치게 상업적 한류스타나 인플루언서의 부적절한 언행 및 비윤리적인 행동, 자국 콘텐츠산업 보호 필요, 지나치게 자극적/선정적
팬덤 양상	동호회, SNS 팬페이지(인스타그램, 트위터, 웹사이트)	SNS(인스타그램, 텔레그램) 팬페이지(인스타그램, 텔레그램)를 중심으로 온, 오프라인	동호회, SNS 팬페이지 통한 온·오프라인 활동

⁶ 사우디아라비아 자료는 2023 해외한류실태조사(2023), 스포티파이 참고, 이란은 현지조사 및 먼 담자료 바탕, 튀르키예는 2022 글로벌 한류 트렌드, 넷플릭스 사이트 참고.

문화의 팬으로 나온다는 것은 큰 시사점을 가진다고 볼 수 있다. 이 드라마가 사우디의 일반 대중들의 삶을 그린 드라마인 만큼 사우디 젊은이들 특히, 사우디 젊은 여성들이 한국 문화를 어느 정도 수준으로 선호하고 있는지 반영한다고 할 수 있다. “타히르의 가족”은 사우디 정부의 엔터테인먼트 산업 육성을 위한 열정과 사우디 젊은이들의 한류에 대한 애정을 모두 엿볼 수 있는 드라마였다.

“타히르의 가족”이 사우디 대중의 한류에 대한 지대한 애정을 보여 주었다면, 사우디 정부의 한국 엔터테인먼트 산업에 대한 관심도 상당하다고 할 수 있다. 대표적인 사례가 지난해 개최된 ‘2022 글로벌 인프라 협력 콘퍼런스(GICC)’ 개막식에 한국 SM 엔터테인먼트 전 이수만 총괄 프로듀서가 참석한 것이다. 그는 개막식에 참석하여 “K건설의 미래”라는 주제로 연설도 하였다. 엔터테인먼트 관련자가 인프라 컨퍼런스에 참석하여 이와 관련한 연설을 한다는 것은 매우 이례적인 일이었다. 이수만 전 SM 총괄프로듀서는 이미 2019년부터 사우디 정부가 추진 중인 엔터테인먼트 도시 건설을 위한 키디야 프로젝트의 고문으로도 참여하기도 하였다. 이처럼 한국 엔터테인먼트 관련 종사자가 사우디의 문화 및 엔터테인먼트 프로젝트에 참여하는 등 한국과 사우디 간 엔터테인먼트 산업에서의 협력이 다양한 모습으로 나타나고 있다.

1. 사우디 정부의 엔터테인먼트 산업 정책 변화

사우디 정부가 엔터테인먼트 산업에 적극 나서게 된 배경에는 사우디 정부가 사활을 걸고 추진하는 경제 개혁에 있다고 할 수 있다. 사우디는 2016년 석유 의존도를 낮추고 경제 다각화를 추진하기 위한 개혁의 일환으로 비전 2030을 발표한 바 있다. 사우디는 2010년 말 중동 및 북아프리카를 휩쓴 아랍의 봄 반정부 시위의 여파가 사우디에도 미치면서 사회적 개혁이 필요하다는 것을 인지하였다. 또한, 미국 세일 혁명 여파로 인한 유가 하락으로 경제 타격을 입으면서 경제 개혁의 필요성까지 인지하였다. 이에 따라, 사우디 정부도 사회적·경제적 개혁을 추진하기에 나섰다. 경제 다각화와 함께 사우디가 추진했던 비전 2030의 핵심 모토 중 하나는 활력 넘치는 사회(vibrant society)를 만드는 것이다(사우디

정부 홈페이지).⁷ 그리고 이러한 목적 실현을 위한 방안 중에 하나로 엔터테인먼트 사업의 활성화가 있다. 사우디 정부는 엔터테인먼트 산업을 효과적으로 육성하기 위해 엔터테인먼트청(General Entertainment Authority)도 2016년 설립하였다. 이 기관은 엔터테인먼트 분야를 지속가능한 산업으로 발전시키기 위한 목적으로 만들어졌다. 이를 통해 경제 성장도 촉진하고 새로운 일자리도 창출하겠다는 계획도 함께 갖고 있다.

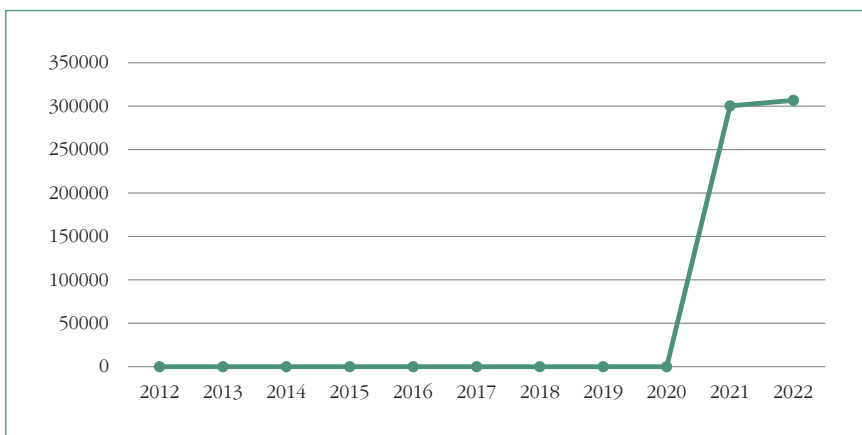
엔터테인먼트 산업을 촉진하기 위해서는 엔터테인먼트 산업을 육성하여 시장에 내보내는 공급자의 역할도 중요하지만 이를 수용하는 소비자 또한 중요하다. 사우디의 경우 이슬람 사상 중에서도 보수적인 와하비즘에 기반한 국가 이념을 가지고 있었다. 이에 따라, 영화관에서의 영화 상영, 콘서트 개최 등의 엔터테인먼트 산업도 금지되어 있었다. 사우디는 1970년대에만 해도 상업용 영화관이 허용되었었지만 1979년 이란의 이슬람 혁명 이후 보수적인 이슬람으로 변한 이란 사회의 영향을 받아 사우디에서도 엄격한 이슬람 율법을 강조하면서 영화관에서의 영화 상영이 금지되었다(Kinninmont, 2018; Grabowski, 2021). 또한, 콘서트의 경우도 마찬가지였다. 사우디 최고 종교 지도자는 영화와 음악 콘서트는 악마에게 문을 여는 것이라고 경고하기도 하였다(KE House, 2012; 한국무역신문, 19/08/02). 사우디는 엄격한 이슬람 율법에 따라 여성의 자유로운 외출, 운전, 사회 활동 참여 등에 많은 제약이 있었다. 여성은 남성과 동석할 수 없었고 분리되어 있어야 했다. 이러한 사회적 제약 속에서 영화관이나 콘서트가 개최되어도 여성은 자유롭게 문화 활동을 할 수 없는 상황이었다. 하지만 사우디 정부는 이러한 모든 제약을 완화시켰다. 즉, 정부는 엔터테인먼트 활동을 제공하는 공급자로서 엔터테인먼트 산업을 촉진하는 동시에 이를 수용할 소비자의 상황도 변화시킨 것이다. 여성은 보호자 없이 외출이 가능해졌고 남성과의 동석도 허용이 되었다. 이에 따라, 영화관이나 콘서트에 여성들도 자유롭게 남성들과 영화와 콘서트를 즐길 수 있게 된 것이다.

⁷ 사우디 비전 2030 공식 홈페이지 참고, <https://www.vision2030.gov.sa/en/>(검색일: 2023. 9. 10.).

2. 사우디 대중의 한류 수용 양상 분석

이와 같은 사우디의 파격적인 변화와 개혁 속에서 한류도 사우디 대중들로부터 주목을 받고 있다. 사우디에서의 한류는 이란과 아랍에미리트에서 인기를 받은 드라마 대장금이 사우디아라비아에서도 방영되면서 시작되었다. 이어 주몽, 허준 등의 사극이 인기를 끌었으며 최근에는 커피프린스, 상속자들, 태양의 후예 등의 드라마가 외국 소재 위성 TV 채널을 통해 방영되면서 점차 한류가 사우디아라비아에서도 이목을 끌기 시작하였다(김수완, 2020: 160). 한국 문화가 알려지기 시작하면서 한국어 학습에 대한 열기도 높아졌다. 이와 함께 2013년 양국 간 문화 교류를 도모하는 사우디 여학생들 모임인 한국문화사랑 동호회인 ‘하나 클럽’이 결성되기에 이르렀다(박건희·윤은경, 2023: 104).

사우디에서 한국 문화에 대한 관심이 점차 증가하고 있던 시점 사우디 정부가 추진한 사회·경제 개혁은 사우디 대중들 사이에 한류 확산에 촉매제 역할을 하였다. 사우디에서 콘서트 개최가 허용된지 얼마 지나지 않아 케이팝 가수들도 사우디의 콘서트장에서 공연을 할 수 있게 되었다. 슈퍼주니어를 시작으로 세계적인 케이팝 가수인 방탄소년단이 2019년 사우디 수도 리야드에 위치한 킹파흐드 인터네셔널 스타디움에서 콘서트를 개최하였다. BTS 콘서트에는 수많은



출처: 한국국제교류재단.

그림 1 사우디 한류 동호회 회원 수

출처: KBS

그림 2 2022년 사우디에서 개최된 KCON 콘서트



여성 팬들이 참석하여 환호성을 지르며 BTS를 상징하는 보라색의 물결을 이루며 성황리에 막을 내렸다. 지난해에는 리야드에서 K 컬처 페스티벌 KCON 2022 사우디아라비아에 2만 명이 모여 성황리에 개최되었다(매일경제, 23/09/26).

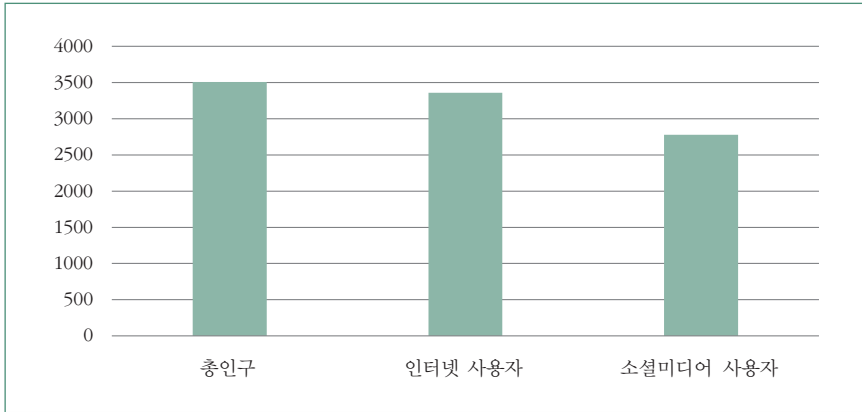
또한, 사우디와 한국 정부 간의 엔터테인먼트 육성을 위한 협력이 더욱 증가하기 시작하였다. 국가 간 공식적 협약 체결도 함께 활기를 띠기 시작한 것이다. 사우디 관광부 차관은 한국을 방문하여 이수만 SM엔터테인먼트 전 총괄 프로듀서와 SM의 지적재산(IP)과 사우디의 문화유산을 접목한 콘텐츠 제작 및 마케팅과 관련한 파트너십을 강화하는 업무 협약을 체결하였다(헤럴드경제, 2022). 또한, 사우디 문화부와 CJ ENM도 문화 교류 증진을 위한 업무 협약을 맺기도 하였다. CJ ENM과 사우디 문화부 양측은 영화, 음악, 공연과 음식, 문화유산, 건축 등 다양한 분야에 걸쳐 협력을 확대하고 문화 교류를 증진하기로 합의했다(김현아, 2022).

사우디는 국부펀드 PIF(Public Investment Fund)를 통한 엔터테인먼트 산업 투자에도 집중하고 있다. 경제 다각화 전략의 일환으로 PIF 국부펀드를 통한 광범위한 해외 자산 투자에도 나서고 있다. PIF는 과거 재무부 산하였으나 2015년 빈살만 왕세자 즉위 이후, 빈살만 왕세자 통제로 전환되면서 PIF는 사우디의 기가 프로젝트를 포함한 전략적 자산 투자의 도구로 활용되고 있다. PIF는 막대한 자금을 네옴시티, 키디아 엔터테인먼트 시티와 같은 대형 프로젝트에 투자하면서 국가 주요 사업을 주도하고 있다. PIF는 한국 카카오엔터테인먼트, 엔씨소프트,

넥슨 등의 게임, IT 기업에도 관심을 보이기 시작하였다. 카카오엔터테인먼트사는 사우디 PIF로부터 6,000억 원대 투자를 유치하였다(남해인, 2023). 또한, PIF는 한국 최대 게임 기업인 엔씨소프트 지분 9.26%를 인수하면서 PIF가 엔씨소프트의 2대 주주에 오르기도 하였다. 사우디 정부 소유의 국부펀드가 적극적으로 한국 문화 및 엔터테인먼트 산업 투자에 나서고 있는 것은 한국 엔터테인먼트 산업의 잠재력을 증명하는 것인 동시에 사우디의 한국에 대한 호감을 드러낸다고 볼 수 있다.

이러한 사우디와 한국 간의 엔터테인먼트 산업 협력이 강화되고 있는 가운데, 한류에 대한 사우디 대중의 인식도 지속해서 향상되고 있음을 확인할 수 있다. 사우디 한류 실태 조사에 의하면, 사우디아라비아의 한국 문화콘텐츠 브랜드 파워 지수는 65.2점으로 26개 국가 중 6위를 차지하면서 대체로 상위권인 것으로 나타났다. 그리고 사우디 대중들은 주로 한국 콘텐츠 중 드라마에 대한 선호도가 높으며 넷플릭스 유튜브 등의 온라인 모바일 플랫폼을 통해 한국 콘텐츠를 주로 시청하고 있는 것으로 나타났다. 사우디의 한국 문화 콘텐츠 이용자들의 연령은 20~30대로 대체로 젊은 편이며 성별은 여성 분포가 많은 편이다. 이러한 설문 조사를 통해 확인할 수 있었던 사우디 대중들은 한국 드라마나 영화를 선호하는 것으로 보인다. 한편, 케이팝 가수들의 콘서트 개최 등 적극적인 문화 교류의 노력에도 불구하고 한국 음악에 대한 선호도는 드라마나 영화와 비교해서 낮았다. 오히려 영상 콘텐츠에 대한 선호도가 높은 것으로 나타나 넷플릭스 같은 온라인 플랫폼의 효과를 확인할 수 있었다.

한편, 사우디 정부의 문화 및 엔터테인먼트 산업 육성 노력과 더불어 사우디 대중들의 한류에 대한 호감이 강한 팬덤으로 발전되기도 한다. 그리고 한류에 대한 사우디 대중들의 높은 호감도는 SNS 상에서도 확인할 수 있었다. 즉, K-콘텐츠가 급속도로 확산된 배경에는 사우디의 높은 인터넷 보급률과 사회관계망 서비스(SNS) 활성화가 큰 기여를 했다. 사우디아라비아는 세계에서 소셜미디어를 가장 활발하게 소비하는 국가 중 하나다. 사우디 소셜 미디어의 성장률이 연 8.7%를 기록하면서 세계 선두를 달리고 있다. 사우디의 인구는 3,508만 명이다. 이중 인터넷 사용 인구는 93.31%인 3,358만 명에 달하며 또 인구의 79.25%에 해당하는 2,780만 명이 소셜 미디어를 사용하고 있는 것으로 알려졌다. 또한, 모

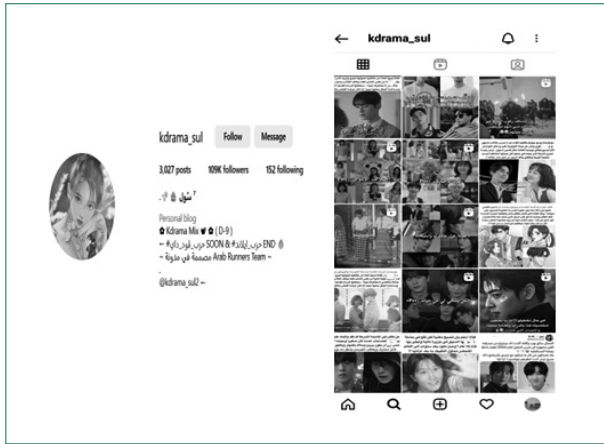


출처: 한국콘텐츠진흥원, 2021.

그림 3 사우디 인터넷, 소셜미디어 사용자 비중

바일 가입자는 4,020명으로 모바일 보급률이 인구의 116%에 달하고 있다(한국콘텐츠진흥원, 2021). 이렇게 사우디 대중들의 소셜미디어 사용률이 높은 만큼 소셜미디어를 통한 한류 확산 역시 하나의 새로운 현상으로 자리 잡고 있다.

주한 사우디아라비아 대사관에서 최초로 개설한 아랍어로 구성된 KPOPINA라는 사이트는 한국 K-Pop에 대한 다양한 최신 정보를 현재 팬들이 서로 공유하는 장이 되고 있다(박건희·윤은경, 2023: 107). 본 사이트는 트위터, 인스타그램, 페이스북도 함께 운영하며 대중들의 더 많은 소통을 유도하고 있다. 또한, 사우디의 현지 팬이 운영하는 유튜브 채널 AzizBiHani은 K-Pop 신곡을 소개하고 있다(박건희·윤은경, 2023: 107). 동영상이 올라올 때마다 수천 개에서 수만 개의 댓글이 달릴 정도로 K-Pop에 대한 인기를 확인할 수 있다(박건희·윤은경, 2023: 107). 또한, 인스타그램이나 트위터 계정에 SAUDI 아미(Saudi_armys)라는 이름의 공식 BTS 페이지도 형성되어 있으며 3만 4,000명의 팔로워를 보유하고 있다. BTS의 공식 팬클럽은 2019년 BTS 콘서트 사우디 개최 당시 적극적으로 차량, 배너 등을 준비하면서 팬심을 보여 주기도 하였다(엄익란, 2021: 18). 그리고 사우디 아미 여성들은 BTS의 구호인 “Speak Yourself: Love Yourself”을 외치면서 사우디의 개혁 정책 속에서 여성들의 역할과 역량에 대해 다시 한 번 긍정적인 자신감을 얻기도 하였다(엄익란, 2021: 19).



출처: 인스타그램 캡처.

그림 4 사우디인이 운영하는 인스타그램 한국 드라마 팬페이지

한국 드라마도 마찬가지다. 최근 들어 인스타그램이나 트위터 등의 소셜네트워크 관계망에 한국 드라마 아랍 팬페이지가 많이 개설되었다. 대표적인 한국 드라마 팬페이지 중 하나인 kdrama_sul의 경우 팔로워 10만 9,000명을 보유하고 있다. 이 팬페이지에는 다양한 유명 한국 드라마의 스틸컷을 포함하여 배우들의 사진 등이 게재되어 있다. 그리고 수천 수만 명의 팔로워들이 좋아요를 누르고 이에 대한 팔로워들의 답글도 활발하게 달리고 있다. 이 페이지를 생성한 운영자는 사우디 출신인 것으로 확인할 수 있었다. 또한, Hellotalk이라는 언어 교환 앱을 통해 사우디의 한국 드라마 팬들과 소통한 결과 한국 드라마 배우들의 연기가 현실적이고 한국 드라마를 시청하면 긍정적인 기분이 든다는 답변이 많았다. K-POP과 한국 드라마를 더욱 제대로 즐기기 위해 한국어를 배우고 싶다는 대중들도 상당한 수가 존재한다. K-POP이나 한국 드라마 모두 긍정적인 메시지로 사우디 팬들의 마음을 사로잡고 그들에게 있어 삶의 하나의 원동력이 되어 가고 있음을 확인할 수 있다.

하지만, 사우디 내에서의 한류 열풍에 대해 낙관적인 전망만 존재하는 것은 아니다. 사우디 정부는 적극적으로 비전 2030을 통해 엔터테인먼트 산업 육성을 주요 목표로 설정하고 추진 중에 있다. 하지만 이러한 정부 주도의 엔터테인먼트 산업 육성이 과연 자유로운 문화 산업 육성으로 이어질 수 있을지에 대해서는 의구심도 존재한다. 사우디 정부는 엔터테인먼트 산업과 함께 스포츠 산업

육성에도 적극 나서고 있다. 사우디 정부는 PIF를 활용하여 해외 유명 스포츠 구단의 지분을 인수하는 등 세계 대형 스포츠 산업에 눈길을 돌리고 있다. 그러나 이러한 사우디 정부 주도의 스포츠 산업 투자에 대해서 일각에서는 스포츠 워싱(Sports Washing)이라는 비난이 존재한다. 즉, 사우디 정부의 권위주의 정치, 인권 유린에 대한 비난을 피하기 위한 면피용 전략으로 해외 스포츠 행사나 스포츠 구단에 투자함으로써 이미지 쇄신을 꾀한다는 것이다. 실제로 사우디 출신 언론인 카슈끄지 살해 이후 배후에 사우디 왕세자인 빈살만이 있다는 보도가 따르자 사우디 정부가 해외 스포츠 산업에 대해 적극적으로 투자를 했다는 분석도 존재한다(Berman, 2023). 엔터테인먼트 산업도 비슷한 맥락으로 바라볼 수 있다. 영화관 개방, 콘서트 개최 등의 표면에 드러날 수 있는 이벤트성 전략으로 평가할 수 있다. 즉, 기존에 막대한 석유 수익을 기반으로 광범위한 복지를 제공함으로써 사우디 국민의 복종을 얻었던 정치 구조가 더 이상 존속할 수 없는 임계점에 도달한 것이다. 경제적 혜택으로 대중의 마음으로 사로잡을 수 없게 되자 영화관, 콘서트 관람 허용, 여성의 운전 허용과 같은 사회적 제한을 완화하고 문화적 개방을 시도함으로써 대중들의 불만을 잠재우고 민심을 아우르며 왕정의 존속을 꾀하고 있다.

그러나 여전히 사우디는 국민의 정치적 권리와 자유는 보장하지 않고 있다. 사우디는 권위주의 왕정 체제를 유지하고 있으며 민주주의 척도를 평가하는 Freedom House나 EIU 지표에서도 중동 지역 내에서도 최저 점수를 받고 있다(8점/100점: Freedom House; 2.08점: EIU, 2022년 기준). 표현의 자유가 핵심이라고도 할 수 있는 엔터테인먼트 산업과 민주주의는 많은 접점을 갖는다. 그러나 여전히 사우디 대중들의 표현의 자유는 억압받고 있고 문화산업에 대한 검열은 지속되고 있다. 일례로 2022년 12월 11명의 사우디 기자가 모호한 범죄 혐의로 체포되었다고 미국 언론인 보호 위원회가 발표하기도 했다(Freedom House Saudi Arabia Country report 2023).⁸ 또한, 사우디 정부는 지속적으로 소셜 미디어에 대한 검열도 실시하고 있다(Freedom House). 2022년 5월에는 시청각미디어총괄위원

⁸ Freedom House 홈페이지 참고, <https://freedomhouse.org/country/saudi-arabia/freedom-world/2023>(검색일: 2023. 8. 15.).

회(General Commission for Audiovisual Media)에서 두 명의 여성 소셜미디어 인기인에게 사우디와 우호적인 국가들 간의 관계를 해쳤다면 벌을 어겼다는 이유로 벌금을 부과한 것으로 알려졌다(Freedom House). 또한, 사우디 정부는 GCC 회원 국가들과 함께 LGBT와 관련된 내용의 비디오를 삭제할 것을 넷플릭스에 요구하기도 하였다(Guardian, 22/09/07).

이처럼 정부의 표현의 자유에 대한 개입과 제한은 지속되고 있는 가운데 사우디 정부의 지원과 투자에 힘입은 한류의 확산이 얼마나 지속할 수 있을지는 예의주시할 필요가 있다. 사회적 개혁의 시그널로서 문화적 개방은 효과적인 장치였을 수 있다. 하지만 대중들의 문화 향유의 자율성이 표현의 자유에 대한 요구로 발전할 가능성도 무시할 수 없다. 나아가, 음악, 드라마, 영화 등에 대한 동호회 결성, 온라인 팬페이지 개설 등의 자발적인 활동을 경험하면서 정치적 자유까지 갈망할 수도 있다. 이러한 상황에 이르면 사우디 정부가 대중들의 문화적 자유를 억압하며 한류의 확산에 장애 요소로 작용할 가능성도 충분히 존재한다. 현재 사우디에서의 한류는 사우디 대중들의 자발적인 팬덤 형성, 사우디 정부의 적극적 엔터테인먼트 산업 육성 지원, 사우디와 한국 정부 간 활발한 교류 세 박자가 조화를 이루며 호황기에 있다고 할 수 있다. 하지만 대중들의 한류에 대한 다양한 반응 형성, 사우디 정부의 간섭 등에 따라 향후 한류의 입지도 변화할 수 있다는 것을 인지할 필요가 있는 시점이다.

IV. 수용자들이 주체적으로 주도하는 한류: 이란

한류의 영향력을 언급할 때, 가장 극적인 예로 제시되는 것이 바로 2008~2009년 이란 내 주몽 열풍이다. 당시 이란이슬람공화국 국영방송(이하 IRIB)에서 방영된 드라마 ‘주몽’은 선풍적인 인기를 끌었고, 기록적인 시청률을 기록했다. 이란에서 한류는 2006~2007년 국영방송에서 대장금이 방영되면서 본격적으로 시작되었다고 볼 수 있다(Kaptan & Tutucu, 2022: 1999). 드라마 ‘대장금’은 〈궁궐의 보석(Jewel in the Palace)〉이라는 제목으로 매주 1편씩 무려 54주 동안 방영되면서 86%라는 높은 시청률을 기록했다. 드라마 대장금 열풍을 계기로 이란에서는

2008년 11월 제2차 한-이란 문화공동위원회를 통해 문화교류시행계획서를 체결하면서 주이란 한국문화원 및 주한 이란문화원 설립에 대한 구체적인 논의가 시작되었다(최은주, 2009).⁹ 이란 내 한류 열풍은 〈감사합니다〉, 〈해신(2007-2008)〉, 〈주몽(2008-2009)〉, 〈하얀 거탑(2009)〉으로 연이어 이루어졌고, 특히 드라마 〈주몽〉은 이란 사회에 한국 드라마와 한류의 힘을 확실하게 자리매김하는 계기가 되었다(구기연, 2014: 8). 한류 초기 한국 드라마의 인기는 한국 기업과 정부의 입장에서 하나의 발전적인 기회로 여겨졌으며, 이란에서 한류는 한국에 대한 긍정적인 이미지를 구축하는 데 매우 유용하게 활용되었다. 2012년 수교 50주년을 맞이하여 테헤란에서 다양한 행사가 열렸고, 2013년에는 이란 첫 세종학당인 테헤란 세종학당이 개설되었고, 뒤이어 2020년에는 이스파한 세종학당이 문을 열게 되었다(지구촌 한류현황, 2022: 103).

1. 이란의 미디어 환경과 정부 정책에 따른 한류 콘텐츠

이란 한류 콘텐츠는 언론 검열과 통제가 이루어지는 국영 미디어와 비교적 자유로운 내용이 방영되는 외국에서 송출되는 페르시아어 위성 방송에 따라 그 성격과 내용이 달라진다(구기연 2014; 2020; 2022). 특히 이란의 개인적인 공간에서 접할 수 있는 위성방송은 이란 사회에 대안적인 역사를 제공하기도 하고, 이란 국민들에게 통제된 사회의 숨통을 트여 주는 거대한 헤테로토피아로서 작동한다(구기연, 2022: 335). 이와 같은 배경에는 이란의 엄격한 미디어 통제와 언론과 표현 자유의 부재라는 현실이 있다. 1979년 이슬람 정권이 수립된 직후 이란 이슬람 공화국은 과거 팔레비 왕정 시대와 비교해 상대적으로 긍정적인 언론 자유 원칙이 마련되었다. 하지만 “대중 매체는 이슬람 문화를 전파하는 서비스에서 이슬람 혁명의 진화 과정의 방향을 따라야 한다. 이런 방식으로 생각의 접점에서 결실을 보고 파괴적이고 반이슬람적인 성격의 선전을 막아야 한다.”라는 이슬람법의 새로운 규정으로, 이란 언론에서 중요한 점은 다름 아닌 이슬람 혁명 정신의

⁹ 2009년에 주이란 한국문화원 및 주한 이란 문화원 설립 논의가 있었지만, 2023년 시점으로 두 기관 모두 설립되어 있지 않다.

계승과 이슬람 원리의 준수가 제대로 작동하는가였다(신양섭, 2022: 135-136).

물론 이란의 헌법 제24조에는 “이슬람의 원칙이나 대중의 권리를 침해하지 않는 한 출판과 언론은 자유롭게 의견을 표명할 수 있다”고 명시되어 있지만(김종도 외, 2017: 92; 김정명 2019에서 재인용), 형법 또는 언론법과 같은 하위법이 언론인과 예술인을 처벌하는 데 주로 이용되고 있다는 점에서 언론과 표현의 자유가 보장되었다고 보기 힘들다(김정명, 2019: 126). 이와 같은 미디어 환경 속에서 오랫동안 이란의 국영방송국 IRIB는 정부의 목소리를 대변하는 성격을 가지고 있기 때문에, 시청자들에게 외면받아 왔다. 또한, 엄격한 검열 및 규제와 더불어 최근 까지도 주로 종교적인 내용을 다루거나, 이란-이라크 전쟁의 기억들을 소환하는 방식 등으로 국가적 메시지를 전달하였기 때문에 IRIB 속 예능이나 드라마 프로그램 등은 이란 내에서도 거의 인기를 끌지 못했다. 이와 같은 국영방송의 기초 속에서 대장금과 주몽과 같은 한국 사극의 방영은 이란 국영방송의 시청률을 높이는 견인차 역할을 하였다. 이란에서 서구 드라마나 영화에 비해 한중일 동아시아 콘텐츠들이 도덕적·윤리적으로 적합하다고 여겨졌다(Mozafari, 2013: 22)¹⁰. 이에 상대적으로 한국의 사극 중심의 드라마가 정서상 안전하다고 판단되었고, 이후로 이란 국영방송 채널에서는 한국의 유명한 사극들이 연이어 방영되면서 높은 시청률을 이끌어 내었다. 다시 말해 초기 한류 열풍은 이란 정부의 지지와 주도적인 국영방송국의 한국 드라마 편성과 더빙 제작 하에 가능했다. 이렇게 이란 한류의 초기 성공은 이란 정부의 적극적인 주도로 이루어졌다고 볼 수 있다.

1990년대 초와 후반에 위성 텔레비전과 인터넷이 등장하기 전까지 이란이슬람공화국 국영방송은 국내 통신 분야에서 논란의 여지가 없는 독점권을 유지했다. 최고지도자의 통제 아래 IRIB의 전국 및 지방 텔레비전과 라디오 채널은 종교 연속물과 영화를 방영하고, 이슬람 혁명 정신을 홍보하며 국가의 국내외 정책을 정당화하였다(구기연, 2022: 331). 이란 국영방송에서 방영되는 외국 드라마

¹⁰ 이란 국영방송에서 방영된 최초의 외국드라마는 바로 일본 드라마 오싱이었다. 이란 이라크 전이 한참이었던 1986년에 이란 국영방송에서 ‘오싱’이 방영되면서, 선풍적인 인기를 끈 바 있다. 이란에서 오싱의 시청률은 89%로 추산된다. <https://ajammc.com/2021/02/16/tanakura-bazaar-iran-oshin/>(검색일: 2023. 8. 23.).

의 특성은 페르시아어 더빙을 한다는 것이고, 시청자들의 연령대는 위성방송이 나 다른 플랫폼에 비해 높은 편이다. IRIB는 미디어 기업이라기보다는 마치 행정 관료제와 유사하다는 비판을 받고 있다. 그렇기 때문에 IRIB는 대다수의 도시 거주자들과 젊은 세대들에게 외면 받고 있으며, 주로 해외에서 송출되는 위성 방송을 불신하는 종교적으로 보수적이며 구세대의 전통주의자들이 주시청자이다. 2020년 이란학생의견조사센터(ISPA)의 여론조사에 의하면 이란인 10명 중 3명만이 라디오와 텔레비전에서 현실을 반영한다고 믿는다는 조사 결과가 나오기도 했다(Ziabari, 2023). 2022년 이란 시위 당시 토니 블링컨 미국 국무장관은 “IRIB는 객관적인 언론매체가 아니라 이란 정부의 자국민에 대한 대규모 탄압과 검열 캠페인의 핵심 도구 역할을 한다”라고 비판하면서, 이란 국영 언론의 고위 간부 6명에 대해 제재를 선언하기도 했다(Al-Jazeera, 22/11/16).

다시 말해 이란 국영방송에 대한 시청자들의 신뢰도는 낮고, 특히 도시와 젊은 세대 시청자로부터 외면받고 있다. 대부분의 개혁 성향의 도시 시민들은 국영방송이 아닌 해외에서 송출되는 위성방송이나 스마트폰을 이용한 다양한 플랫폼들을 통해 뉴스나 예능, 드라마, 음악 프로그램을 시청하고 있다. 그렇기 때문에 이란 한류에 대해 조사를 할 때, IRIB 방송을 통해서 방영되는 한국 콘텐츠만으로 이란 한류 현황을 제대로 살펴볼 수 없다.¹¹

2023년 9월 기준, 현재 <날아라 개천용(2020)>이 IRIB TV5에서 매일 저녁 7시에 방송 중이며, 사극드라마인 <태종 이방원(2021)>이 IRIB Tamasha에서 9월부터 방송되고 있다. 또한 정치드라마인 <어셈블리(2015)>가 이란어로 더빙되어 방영되고 있다. <60일, 지정생존자(2019)>는 IRIB TV4에서 2023년 9월부터 재방송을 시작했다. <의사 요한>이 IRIB TV5에서 방영중이며, 한국 국내에서도 높은 시청율을 기록하며 인기를 끌었던 드라마 <슬기로운 의사생활>은 흥미롭게도 2020년 위성 방송채널인 APARAT에서 먼저 방영되었다가 IRIB TV2에서 방영되고 있다. 영화 <백두산>, <기생충>, <힘을 내요, 미스터리>, <싱크홀>이 2022

11 하이란 내에서 한류 현황에 대한 정확한 현실을 언급하자면, 여전히 이란에서 불법으로 여겨지는 위성방송이나 해외에서 근거지를 둔 플랫폼에 접속한다는 사실을 밝혀야 하기 때문에 정확한 시청패턴을 반영하기가 어렵다.

년 여러 국영 채널에서 방영되었고, 2023년에는 영화 〈브로커〉가 방영되었다. 주몽, 대장금과 같은 인기 있었던 드라마들은 국영방송국에서 자주 재방영된다. 이처럼 국영방송에서도 주로 ‘안전하고, 전통적인’ 사극을 가장 많이 선택하여 방송하고, 다음으로는 로맨스 내용이 상대적으로 적은 의학 드라마나 수사물 등을 선호하는 편이다. 하지만 여전히 이와 같이 비교적 안전한 한국의 콘텐츠임에도 불구하고, 엄격한 심의를 거쳐 장면들이 편집되는 경우가 많아 심지어 시청자들이 내용이 이해되지 않는다고 불만을 토로할 정도였다. 이렇듯 이란의 국영방송은 중장년층 중심으로 한류의 포문을 열었다는 점에서 매우 중요하지만, 한정된 콘텐츠로 한류에 열광하는 젊은 세대를 포용할 수 없다는 한계점을 지닌다.

바로 이와 같은 미디어 환경에서 위성 방송을 통한 한류는 국영방송을 통한 한류와 그 내용과 방향성이 다르게 설정되었다. 2009년 Farsi 1이 개국하면서, 본격적으로 한국 드라마가 국영방송국이 아닌 위성 미디어 채널을 통해 사극 위주의 편성이 아닌 다양한 장르의 한국 드라마를 소개하였다. 위성 방송을 통한 한국 드라마 방영의 시작은 보다 젊고 개혁적인 성향의 도시 시청자들과 팬층을 확보했다는 점이다. 초기 국영 방송에서 방영된 한국 드라마는 주로 보수적인 중장년층들 사이에 폭발적인 인기를 얻었기 때문에 오히려 개혁성향의 도시, 젊은 세대들에게 ‘한국 드라마를 좋아한다는 것’은 ‘세련되지 못한’ 행위였다. 하지만 Farsi 1채널을 통해 〈환상의 커플〉, 〈내이름은 김삼순〉, 〈불새〉 등의 젊은 층이 좋아하는 트렌디한 로맨스, 코미디 등 다양한 장르의 현대물이 소개되면서 한국 드라마를 좋아하는 것이 전통적인 중장년층들의 전유물이라는 이미지를 탈피하기 시작했다. 특히 Farsi 1은 2016년 채널이 폐쇄되기 전까지 다양한 한국 드라마를 방영하면서 점차 이란 내 한류 팬들의 연령이 낮아지게 된 계기가 되었다.

한국 콘텐츠를 제공하는 위성 채널 중 2023년 기준 가장 많은 한국 드라마와 영화를 다루는 채널은 GEM Drama 그리고 PersianaKOREA이다. 2023년 기준 GEM Drama 채널에서는 드라마 〈분홍신〉, 〈아버지가 이상해〉, 〈구르미 그린 달빛〉 등을 방영했다. 위성 방송 채널 중 PersianaKOREA 채널이 유일하게



그림 5 GEM Drama(좌)와 PersianaKOREA(우) 인스타그램 채널¹²

이란 위성방송 중 한국 콘텐츠를 제공한다. 한국 드라마뿐 아니라, 케이팝 관련 예능 프로그램, 영화 등 다양한 한국 콘텐츠를 방영한다. 또한 채널 이름은 PersianaKOREA에서는 한국 콘텐츠뿐 아니라 일본 애니메이션, 태국과 중국 드라마도 함께 보여 준다. PersianaKOREA에서는 예능 프로그램인 〈Boys Planet 2023〉, 〈BTS Become Game Developers〉 등을 방영하고, 자체적으로 〈9월 케이팝 보이 밴드 브랜드 가치〉 등을 발표하기도 한다.¹³ 〈살수〉, 〈더문〉과 같은 최신 영화와 〈킹더랜드〉, 〈경이로운 소문 2〉, 〈천원짜리 변호사〉와 같은 최신 작 드라마도 함께 방영되고 있다. 이 채널에서 주목할 것은 ‘Persiana Dancer’라는 이란 시청자들의 동영상을 소개하는 새로운 프로그램인데, 이는 이란인 팬들에게 K-팝 댄스에 맞는 춤 영상을 텔레그램 메시지로 받아 해당 인스타그램 페이지에 소개하는 것이다. 2014년에 퍼렐 윌리엄스의 ‘HAPPY’에 맞추어 히잡을 쓰지 않은 채 남녀가 춤을 추는 영상을 유튜브에 올렸다가 구속된 사례를 떠올

¹² 두 채널의 인스타그램 페이지에서 캡처. <https://www.instagram.com/gemtvdhub/>, <https://www.instagram.com/persianakorea/>(검색일: 2023. 8. 18.).

¹³ 2023년 9월 보이 그룹 브랜드 가치 1위-30위까지 발표한다. 방탄소년단, 세븐틴, NCT, 더 보이즈, 인피니트, 제로바이스원, 스트레이 키즈, 슈퍼주니어, 몬스타 엑스 순이다. <https://www.instagram.com/p/CxANCD2KPjb/>(검색일: 2023. 9. 23.).

린다면(Koo, 2020: 144), 인스타그램에서 히잡을 쓰지 않고 머리카락을 휘날리며 K-팝에 맞춰 격렬한 댄스를 추는 이란 여성들의 영상은 파격적일 수밖에 없다.

2. 주체적인 이란 한류 팬 문화의 형성

지금까지 살펴본 이란의 한류 흐름 속에서 새롭게 등장한 K-팝은 이란과 전 지구적인 새로운 미디어 환경을 통해 퍼지게 되었다. 전 지구적으로 연대를 이루는 글로벌 팬덤은 이란 내 대중음악 팬클럽 활동에도 변화를 가져왔다. 지금까지 이란의 청년층이 즐겨왔던 음악의 중심적인 흐름이 앞서 언급했듯이 디아스포라 음악이나 미국, 영국 중심의 팝 음악이었다면, 하위 문화로서 좀 더 능동적으로 대중음악을 즐기는 주목할 만한 현상은 바로 한류와 연결되어 있다. 2008년경 이란에서 한류 열풍의 문을 연 장르가 한국 드라마였다면, 2012~2013년 이후에 본격적인 스마트폰의 등장과 소셜 미디어의 발전과 함께 한류의 새로운 붐을 일으킨 것은 바로 K-팝이었다(구기연, 2021: 293-294). 케이팝으로 한류의 중심이 이동되면서, 한류팬층은 10-20대 여성으로 젊어지고, 젠더 편향성을 갖게 되었다. 그 이유는 엑소와 BTS, 몬스타 엑스 등 보이 아이돌 그룹의 등장과 함께 이란에서의 젊은 세대 중심의 한류가 시작되었기 때문이다.

이란 내 팬클럽은 2009년에 한류 센터라고도 불리는 ‘프라클스(Pracles)’로 시작해 코리아선(Koreasun)이란 이름으로 변경되었다가 지금은 더 이상 존재하지 않는다. 하지만 프라클스는 이란의 다양한 커뮤니티 결성에 큰 영향을 미쳤다. 2009년 이후로 당시 케이팝 팬이라면 모두 프라클스, 코리아선에 소속되어 있다고 해도 과언이 아닐 정도였다(김남연, 2019). 현재는 좋아하는 가수별로 팬클럽들이 나뉘어져 있다. 케이팝으로 인한 제2의 한류가 이란 내에서 불게 되면서, 이란 팬클럽 활동은 주로 소셜미디어를 통해서 이루어진다. 이전에는 소셜미디어와 함께 오프라인에서도 팬모임 등 활동이 활발했다. 하지만 코로나 19 팬데믹으로 인해 한류 모임과 활동이 뜸해지면서, 팬데믹 이전처럼 자신이 좋아하는 가수 생일에 맞춰 생일파티 모임을 하는 식의 팬모임은 많이 줄게 되었다. 대신 이란의 팬클럽 활동은 주로 인스타그램과 텔레그램을 중심으로 볼 수 있던, BTS, EXO, NCT, Seventeen, Blackpink 같은 그룹의 팬페이지들이나 한류 드

라마, 케이팝을 중심으로 하는 인스타그램 페이지들이 있으며, 각 인스타그램은 자체적으로 텔레그램 페이지와 연결되어 있다. 이란 내 대중문화 향유의 특성상 비공개 형식의 팬클럽 활동이 주로 이루어지고 있다. 그렇기 때문에 이란에서의 한류 활동은 이 연구에서 함께 논의되는 사우디아라비아와 튀르키예 사례처럼 Korea Foundation의 ‘지구촌 한류 현황’ 자료에서도 그 수치가 잡히지 않는다 (Korea Foundation 홈페이지).¹⁴ 이란 내에서의 팬클럽은 은밀하고 닫힌 구조로 이루어지기 때문에 ‘공식적인 통계치’를 잡기는 쉽지 않다. 하지만 중동 어느 사회보다 더욱 뜨겁고 적극적인 팬덤이 실재한다는 점에서 보다 내밀한 접근과 연구가 요구된다.

한편, 대한민국 정부 주도의 한류 팬클럽도 이란 내에서 활동 중이다. 2022년 7월에는 주이란한국대사관 문화홍보관을 중심으로 이란에서 활동하는 한류 팬클럽 인플루언서를 모집하기도 했다. 주이란 한국대사관 문화홍보관에서는 테헤란을 비롯하여 이란 전역에서 SNS로 활동하는 다양한 한류 팬클럽 인플루언서를 대상으로 대표 한류 팬클럽 인플루언서를 모집했다. 이란 내 한국의 문화 활동 활성화와 한류를 위해 뽑힌 이란 한류 팬클럽 인플루언서들은 2022년 7월 7일부터 공식적인 활동을 시작했다. 이란 각 도시의 리더로 선발된 8명의 인플루언서들은 텔레그램, 트위터, 인스타그램, 유튜브, 웹 사이트 등 다양한 플랫폼에서 활동하며 한국 문화 활동을 활성화하고 한류에 관심 있는 사람들에게 정보를 전달하는 홍보 활동을 하고 있다(김남연, 2022). 또한 그림 6처럼 주이란 한국대사관 문화홍보관에서는 한류 잡지를 펴내기도 하는데, 현지의 한류 팬클럽 회원들이 직접 제작하고 있다. 주로 이란 내 세종학당에서 공부하는 학생들이 직접 내용을 정하고, 취재해서 디자인까지 맡아서 하고 있다. 한류 잡지는 2021년 7월 처음으로 창간된 이래, 2023년 9호째 발간되고 있다. 한국에 대한 소개와 한국의 관광지, 음식, 인기 있는 대중문화 콘텐츠 등을 소개하기도 하고, 테헤란과 이스파한 세종학당에 관련된 정보도 소개한다.

2023년 기준, 이란의 한류 플랫폼은 또 한 번 새로운 파도를 만나고 있다. 이

¹⁴ Korea Foundation 홈페이지 참고. <https://www.kf.or.kr/koreanstudies/hallyu.do#none>(검색일: 2023. 8. 21.).



그림 6 한류 잡지 '대한민국의 세계절' 2023년 봄, 어름호(23/07/10) 중에서

제 많은 이들이 국영방송과 위성방송으로 실시간 한국 드라마를 보는 것이 아니라, 한국의 많은 미디어 시청자들처럼 본방을 보기보다는 인스타그램과 텔레그램과 같은 소셜미디어로 하이라이트나 소위 ‘짤’들을 보거나 VOD 사이트나 불법 공유 사이트를 통해 한국 드라마와 예능 프로그램을 실시간으로 즐긴다. 스마트폰과 다양한 공유 사이트 등장 이후 이란 시청자들의 시청 트렌드는 다시 급변하게 된다. 현재 이란에서는 유튜브 사이트나 넷플릭스와 같은 글로벌 OTT 플랫폼 접근이 어렵다. 대신 다양한 Filimo와 같은 대안 플랫폼들이 그 자리를 대신한다. 이와 서비스는 이란에서 매우 인기가 있으며 텔레비전 시청 및 넷플릭스와 아마존 프라임 비디오와 같은 다른 국제적인 OTT의 대안적인 플랫폼으로 작동한다. 이렇듯 한류를 접할 수 있는 플랫폼이 다양해지면서, 이란 내 한류팬들의 한국 문화 콘텐츠 소비 양상 역시 광범위해졌고 폭발적으로 그 수가 늘게 되었다. 또한 이란의 다양한 경로로서의 한국 콘텐츠 소비는 한국 관련 기관에서 조사하기에 접근하기 어려운 점이 있다.

한편, 이란에서 한류 열풍이 뜨겁고 한국 문화에 열광하는 젊은 세대가 급증하면서 이란 정부는 이들 젊은이들을 경계하고 있다. 또한 한국-이란과의 외교 관계의 악화도 이란 정부의 한류에 대한 입장에 변화를 가져왔다. 지난 몇 년 동안 미국 제재로 인해 한국이 이란에 석유수송자금 79억 달러를 지불하지 못하면서, 한국과의 외교 관계가 급속도로 냉각되었다. 이에 2021년에는 알리 하메네이 최고 지도자의 지시에 따라 한국산 가전제품의 수입을 금지했고, 이란 반관영 ISNA 통신에서 이란 외무 장관이 한국인 동결자금 문제에 대해 행동에 나



출처: Iranian A.R.M.Y 바히데 Vahideh Oveissi 제공

그림 7 이란 잡지에 실린 K_POP 특집 “한국 노래의 시작부터 오늘까지”

서지 않았다면, 이대로 가면 IRIB를 통한 한국 드라마 방영을 중단할 수 있다고 공표할 정도였다(동아일보 21/10/08). 다시 말해 이란 정부 주도로 활발하게 진행되던 한국 콘텐츠의 확산이 정책 변화에 의해 ‘유해한 외래 문화’로 부정적인 평가를 받고 있는 것이다. 이에 이란의 한류의 수용의 주체는 일반 대중 중심으로 이동하고 있으며, 공적인 활동보다는 텔레그램이나 인스타그램과 같은 소셜미디어에서 ‘달린 활동’을 주로 하고 있다.

이와 같은 통제된 미디어 환경과 이란 정부의 비판적인 입장에도 한국 대중 문화에 대한 이란 젊은 층들의 관심과 애정은 높다. 현재 이란에는 이집트, 튀르키예, 아랍에미리트와 같은 한국 문화원이 없다. 또한 테헤란 국립대학교에 한국어 과정만 있을 뿐, 이란 대학교에는 한국어 관련 학과가 존재하지 않고, 정규 과정에서 한국어 혹은 한국학을 배울 수 있는 기회가 극히 적다. 이란의 한류 팬들은 변화되는 이란 정부의 정책 기조의 변화에도 불구하고, 한국 문화 콘텐츠에 대한 관심과 애정이 높다. 이란 내 수용자 중심의 한류 활동에 지지하기 위해서 이란 내 한국문화원 건립과 한국어 교육 기관 등의 설치가 무엇보다도 중

요하다. 현재 이란의 한류는 수용자들의 자발적이고, 주체적인 활동에 의해 유지, 확산되고 있다. 이에 어려운 환경에서도 놀라운 한류 활동을 펼치고 있는 이란 한류 수용자의 활동이 더욱 확대될 수 있도록 적극적인 지원이 어느 때보다 필요하다.

V. 국가와 수용자들 사이에 긴장이 존재하는 한류: 튀르키예

튀르키예에서 한류는 터키어 ‘코레 달가스(Kore Dalgası, 한국의 물결)’ 혹은 ‘코레 류즈가르(Kore Rüzgarı, 한국의 바람)’로 통용되고 있다. 튀르키예는 젊은 층의 인구 비율이 매우 높은 국가로 한류 수용층이 대부분 10대, 20대의 젊은 층이다. 또한 페이스북과 트위터, 인스타그램 등과 같은 SNS의 이용률이 가파르게 상승하고 있어서 한국문화콘텐츠의 튀르키예에서의 영향력이 쉽게 위축될 것처럼 보이지는 않는다. 튀르키예에서 한류(Korean Wave)는 2003년 국영방송국 TRT에서 드라마 〈올인〉이 방영된 것을 시작으로 〈대장금〉, 〈해신〉, 〈장보고〉, 〈주몽〉과 같은 사극으로 큰 주목을 받았다. 현재 튀르키예에서 한류의 브랜드파워지수(BPI), (2023 해외 한류실태 조사)¹⁵는 59.9로 연구대상국가 26개 국가 중에 13위이며 콘텐츠별로는 영화(65.1), 드라마(62.5), 게임(61.3), 애니메이션(60.1)이 평균 이상의 높은 수준을 유지하고 있다(2023 해외 한류실태 조사: 979-980). 하지만 한국문화콘텐츠 중 드라마와 K-팝 소비 비중¹⁶을 중심으로 2018년부터¹⁷ 2023년까지 살펴본 결과 아래의 <표 3>과 같이 확인한 차이점을 발견할 수 있었다.¹⁸ 2023년 기준으로 한국문화콘텐츠 소비량이 확실히 줄어든 추세다.

¹⁵ 브랜드 파워 지수(BPI): 현재력 점수(한국 문화콘텐츠에 대한 태도 문항의 5개 척도에 대해 20점, 40점, 60점, 80점, 100점으로 환산하여 평균한 점수)와 잠재력 지수(자국 내 한국 문화콘텐츠별 인기 정도 문항의 5개 척도에 대해 20점, 40점, 60점, 80점, 100점으로 환산하여 평균한 점수)를 각각 50% 가중치를 적용하여 100점으로 환산.

¹⁶ * 소비비중= 한국문화콘텐츠월평균소비량/월평균총소비량×100

¹⁷ 2012년부터 한국문화진흥연구원 주도의 해외한류실태조사가 시작되었지만 튀르키예는 2017년 연구대상국가로 포함되어 2018년부터 조사결과를 볼 수 있다.

¹⁸ 2018 해외한류실태조사~2023 해외한류 실태조사 검수를 통한 결과.

표 3 튀르키예에서 한국문화콘텐츠 중 드라마와 음악 소비량(%)

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
드라마	24.5	41.9	23.7	23.8	27.66	25.0
음악	38.5	37.2	21.1	21.8	27.46	22.0

출처: 2018-2023 해외한류실태조사(한국국제문화교류진흥원).

한류지수도 주목할 만하다. 한류지수를 대표하는 2021년 한류현황지수(3.06)¹⁹와 한류심리지수(129.55)²⁰를 보면 튀르키예는 한류대중화단계로 도약하지 못하고 한류확산단계에 머물러 있음을 볼 수 있고 한류고성장그룹이 아니고 중간성장그룹임을 알 수 있다(2022 글로벌 한류트렌드: 43-46).

1. 튀르키예 정부의 엔터테인먼트 산업 정책 변화

새롭게 한류가 시작된 중동의 사우디아라비아, UAE 국가들의 무서운 성장세와는 달리 한류 1단계(2000~2010; 지상파와 위성의 매개방식과 국제프로그램 시장을 통한 수용, 대장금, 겨울연가가 대표 문화콘텐츠)와 2단계(2005~2016; 인터넷 2.0환경, 전 세계적인 팬덤 현상, 커피프린스, 내 이름은 김삼순, 꽃보다 남자)를 거쳐 성장세를 이어 온 튀르키예는 한류 3단계(2016~현재; 새로운 SNS와 넷플릭스 등 글로벌 SVOD 매개방식과 글로벌 콘텐츠 시청과 현상을 통한 수용, BTS, 블랙핑크가 견인)에서 정체기인 듯 보인다. 한류 3단계가 전 세계에서 역동적으로 작동하고 있는 이 시기에(김수현, 2022) 튀르키예의 움츠러든 한류 상황은 한국문화콘텐츠의 문제가 아닌 튀르키예 내부의 문제로 볼 수 있을 것이다.

헌법 개정을 단행하고 국민투표로 2014년 8월 레셉 타입 에르도안(Recep Tayyip

¹⁹ 한류현황지수(한류의 현재 인기와 대중화 정도를 나타내는 지수); 한국 드라마, 예능, 영화, 음악, 패션, 뷰티, 음식 등에 대해 현지 국가에서 인기 정도를 1~5점으로 평가/a) 0~2.5 미만: 한류소수관심단계, b) 2.5~3.5 미만: 한류확산단계, c) 3.5 이상: 한류대중화단계.

²⁰ 한류심리지수(한류의 성장 또는 쇠퇴 정도를 나타내는 지수); 한국 대중문화 상품에 대해 응답자의 개인적·사회적 관점에서 1년 전 대비, 1년 후 전망으로 구분하여 평가 후 관련 지출액 추이를 측정하여 100점 기준의 지수로 환산/a) 0~99: 한류쇠퇴그룹, b) 100~129: 한류중간성장그룹, c) 130 이상: 한류고성장그룹.

Erdoğan 총리가 대통령으로 선출되면서 본격적으로 이슬람적 가치관을 가지고 정치, 경제, 사회, 문화 모든 영역에 침투하여 사회를 보수화시켰다. 무엇보다 이번 2023년 대통령 선거 때 에르도안과 정의발전당(Adalet ve Kalkınma Partisi: AKP)은 튀르키예의 대지진, 경제 불황, 정치적 불안감 등 위기감을 고조시켜 ‘튀르키예를 위해 바로 지금(Türkiye için hemen şimdi)’이라는 슬로건으로 자신들이 아니면 이 문제들을 해결할 수 없다고 강조하고 특히, 민족주의를 강조하는 선거운동을 펼쳤다. 결국 에르도안은 강력한 민족주의를 손에 쥐고 대통령 연임에 승리했다.

선거 이후, AKP는 경제 관련 정책들을 계속 내놓고 있는데 그중 하나인 부가 가치세(VAT) 최대 50% 인상안이 7월 10일부터 발효되었다. 튀르키예 거주 외국 인들과 해외로 나가는 자국민들에게, 그리고 해외 투자 및 사업에 적용되는 영사관, 여권, 거주 허가, 취업 허가, 취업 허가 면제, 비자, 외무부 인증, 선박 및 항만 수수료 등의 항목들이 대부분이다(WTR, 2023. 8. 31.). 무엇보다 같은 날, 외국 핸드폰 등록비용을 6,091TL에서 20,000TL로 올린 것(İKAMET, 2023.07.07)은 국내 생산성 향상을 위한 방책으로 보여지며 동시에 한국 제일의 수출품인 핸드폰 시장이 위축되겠다는 예상이 가능하다. 또 다른 정책으로는 수입 억제를 위한 품목별 수입 관세율 인상이다(Kolisnichenko, 2023). 수입을 제한하는 AKP의 정책은 과거에도 경제적 위기를 극복하고자 추진한 정책으로 한국 제품의 수입량 감소를 통해서도 알 수 있다. 튀르키예와 한국의 수출입 물량 데이터를 조사한 결과 한국 음식 관련 수입품 중에 조리된 음식(김치, 과자, 라면 등)의 수입량이 2018년 44.9%에서 2021년에는 31.8%로 감소하였고 한국 가전제품 중 인기가 많은 에어컨도 2018년은 전체 기계 관련 수입 중에 3.83%에서 2021년에는 2.62%로 줄어들었다.²¹ 2013년 5월 12일, *The Korea Times*에 ‘한국음식 튀르키예에서 붐을 일으키다(K-food set to boom in Turkey)’라는 기사에는 두 국가 간 성공적인 FTA 이행으로 한국음식(김치, 라면, 소주 등)이 튀르키예 소비자들에게 저렴

²¹ ‘The best place to explore trade data’, OEC. <https://oec.world/en/profile/bilateral-country/kor/partner/tur>. <https://oec.world/en/profile/bilateral-country/kor/partner/tur?dynamicBilateralTradeSelector=year2018>(검색일: 2023. 9. 8.).

한 가격으로 인기를 얻고 있다는 취지의 내용(Lee hyo-sik, 2013)인데 이제는 한국 음식을 예전같이 찾아보기 힘들게 된 것이다. 이와 같이 국내 생산성을 중심에 두는 AKP의 민족주의 색채는 경제뿐 아니라 정치, 외교, 사회, 문화 모든 면에 스며들고 있기 때문에 타 문화인 한류가 영향을 받는 것은 당연한 듯 보인다.

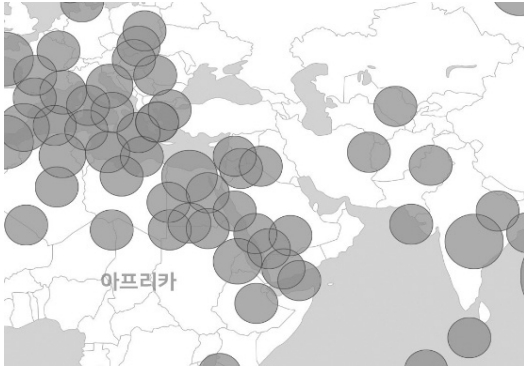
튀르키예 미디어 산업은 1990년대 초 자유화와 민영화로 급속히 팽창하여 영상매체의 영향력과 대중성이 매우 컸다. 또한 유럽, 중동, 중앙아시아, 중남미, 북아프리카를 중심으로 하는 ‘터류(Turkish Wave)’를 오래전부터 형성하고 있어 경쟁력 있는 다양한 미디어 콘텐츠를 가지고 영향력을 확대해 왔다. 터류의 영향력은 여전히 막대하다. 2017년 기준 튀르키예에서 제작하는 드라마 시리즈는 세계 수입 드라마 시장에서 큰 인기를 끌고 있으며 140개 이상의 국가에 수출되었다. 특히 위성방송을 통한 송출은 튀르키예의 다양한 미디어 콘텐츠를 보급하는 주요 통로 역할을 했다. 2000년대 초, 미디어 콘텐츠 소비가 충분히 가능한 환경을 가진 튀르키예에서 자유주의 정책을 펼쳤던 AKP와 잘 만들어진 한국문화콘텐츠의 만남은 튀르키예에서 한류가 정착되고 부흥하는 원동력이 되었다. 그러나 위에서 살펴보았듯이 시간이 지날수록 AKP의 보수주의 정책은 미디어 정책에서도 그대로 드러났다.

‘라디오·텔레비전 고등위원회, 방송국 그리고 중동: 국제방송에 대한 규제(RTÜK, Broadcasting and the Middle East: Regulating the Transnational)’라는 논문에 의하면 AKP가 집권하기 이전부터 튀르키예 문화콘텐츠가 ‘소프트 파워(soft power)’로의 영향력 있는 역할을 초국가적으로 하고 있었는데 에르도안 총리 재선 이후, AKP의 방송에 대한 간섭과 규제가 심해지고 무엇보다 라디오·텔레비전 고등위원회가 족벌주의와 편파주의에 편입하여 객관적이고 다각적인 정책을 시도하지 못하고 있다는 비판을 받고 있다고 밝히고 있다(Kaptan and Kranfil, 2013: 2322-2340). 이분법적 논리로 서구식 콘텐츠에 대한 무조건적인 반대는 터류의 국제적 역할을 뺏고 타 문화의 자연스러운 유입도 방해받고 있다고 주장한다.

튀르키예에서 한류도 2018년 사회적 의제로 처음 등장했다. 당시 대통령 선거에서 야당인 공화인민당(CHP) 무하렘 인제(Muharrem İnce) 후보는 튀르키예가 경제를 발전시키기 위해서 한국식 모델을 따라야 한다고 주장했는데, AKP 편 의 이슬람주의 성향 신문 *Yeni Şafak*(에니 샤팍)에서 파룩 악소이(Faruk Aksoy)는

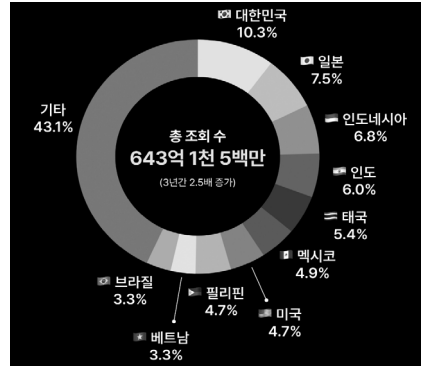
많은 야권 정치인들이 한국식 경제 발전모델을 긍정적으로 언급하는 것이 결코 우연이 아니라고 밝히면서 “한국적이라는 것은 타협하는 것, 체제 속에 편입되는 것, 성과를 만들어 미국에 호감을 사는 것, 세계 앨범 시장에 등장한 ‘BTS’라는 음악 그룹에 미국 국기를 입히는 것, 의심 없이 한국어를 미국 문화에 바치는 것을 의미한다.”라며 원색적 비난을 실은 칼럼을 썼다(엄민아, 2018). 보수주의자들의 K-팝에 대한 비판이 가시화되자, 튀르키예의 K-팝 팬덤은 트위터에서 해시태그를 통한 집단적인 트윗 운동으로 K-팝을 비판하는 논평가들을 공격하거나, K-팝 검열에 반대한다는 항의를 전개하는 등 온라인 공간에서의 문화 투쟁에 나섰다.

K-팝을 둘러싼 정부의 견제와 K-팝 문화를 자유롭게 소비기를 원하는 팬덤의 의지는 2021년 8월에 이스탄불에서 가출한 10대 소녀 셋이 “한국에 가고 싶어서 가출했다.”라고 밝히면서 더욱 격렬히 충돌했다(Hürriyet Daily News, 21/08/30). 왜냐하면 위의 여학생 3명의 가출 이야기로 2021년 9월 중순부터 튀르키예에서 K-팝이 금지될 것이라는 이야기가 시작되었기 때문이다. K-팝 팬덤에서 ‘K-팝은 금지되어서는 안 된다(#kpopyasaklanmasin)’라는 해시태그가 유행했다. 가족사회부(Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı)에서 K-팝이 젊은이들을 가족으로부터 떼어내고 남·여 정체성에 문제를 주기 때문에 K-팝을 금지시키겠다고 했다는 것이다. 이 논쟁은 가족사회부 장관, 데르야 야느크(Derya Yanık, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanı: 2021. 7.~2023. 7.)가 직접 TV에 나와 소문을 ‘선동’이라고 일축하면서도 AKP는 “어린이들의 관심을 끌 수 있고 부정적인 영향을 미칠 수 있는 대중문화 분야에서 생산되는 모든 것을 조사하고 있다.”라고 말하며 사회를 더욱 분열시켰다. 23세 학생이자 K-팝의 열렬한 팬인 규네쉬(Güneş)는 “스타들이 성 중립성이나 동성애를 요구한다고 주장하는 것은 터무니없을 뿐 아니라 남자 가수들이 화장을 하고, 손톱을 칠하고, 머리를 염색하고, 공연을 위해 컬러 콘택트렌즈를 착용하는 것은 그들의 음악 문화의 일부이며 드문 일이 아닌 자신을 차별화하고 인상을 남기는 과정의 일부다.”라고 DW 독일 신문과의 인터뷰에서 밝혔다(Nurtsch, 2021).



출처: 팬덤연구소블립, <https://www.kpop-radar.com/brief/32>

그림 8 2019년 글로벌 K-팝 지도



출처: 팬덤연구소블립, <https://www.kpop-radar.com/brief/32>

그림 9 2022년 전 세계 K-팝 인기국가

2. 튀르키예 대중의 한류 수용 양상 분석

실제로 한류국가들에서 K-팝이 한류문화콘텐츠에서 차지하는 비중이 크고 팬덤도 아이돌 그룹과 가수들을 중심으로 이루어지는 데 비해 2022년 튀르키예는 드라마(41.4%)가 K-팝(34.8%)보다 우세한 팬덤 현상을 보이는 특이점을 가지고 있다.²² 팬덤연구소블립의 조사결과에 따른 2019년(2018. 7. 1.~2019. 6. 30. 조사) ‘글로벌 K-팝 지도’를 보면 튀르키예에서 K-팝의 영향력이 타 국가에 비해 약함을 알 수 있다. 2022년(2021. 8. 1.~2022. 8. 1. 조사)에서도 ‘전 세계 K-팝 인기국가’에도 튀르키예는 순위에서 볼 수 없다.

자신했던 CJ CGV의 튀르키예 투자도 큰 리스크를 져야하는 상황에 이르렀다. 물론 튀르키예 경제 불황과 코로나라는 악재가 주원인이기는 하지만 베트남, 인도네시아에서 흑자를 내는 것과는 상반된 내용이다. CGV는 해외 거점을 확보하기 위해 2016년에 튀르키예 1위 영화관 업체인 ‘마스그룹(Mars

²² <지구촌 한류현황, Global Hallyu Status>은 2012년 이후 매년 해외 한국 문화콘텐츠 경험자를 대상으로 방송(드라마, 예능), 영화, 음악 등 한류 관련 문화콘텐츠 10개 분야의 소비 실태를 조사하고 있다. https://issuu.com/the_korea_foundation/docs/2022_1_. [https://issuu.com/the_korea_foundation/docs/2022_2\(검색일: 2023. 8. 18.\)](https://issuu.com/the_korea_foundation/docs/2022_2(검색일: 2023. 8. 18.))

Entertainment Group)’을 약 8,000억 원에 인수해 107개 극장 909개 스크린을 운영했지만 마스크를 인정한 지 2년도 지나지 않은 2018년 튀르키예 리라화 가치가 급락하면서 손실 폭이 불어나기 시작했다. 여기에 코로나19 사태로 인해 글로벌 영화 시장이 멈춰 서면서 악재가 더해졌다. 누적손실 3,000억대이지만 2023년 1분기 기준 88개로 극장을 줄여 운영하고 있고 적자를 보는 상황에서도 회복세를 기대하며 버티고 있는 상황이다(이명지, 2022). 2021년도 외교부 연구보고서에서도 ‘한류의 인기와 더불어 한류에 대한 경계와 견제의 움직임 역시 간과할 수 없는 현상이며, 이 역시 공공외교 차원에서의 준비와 대응이 요청되는 영역이다. 중국, 튀르키예, 이슬람 국가들 등 도처에서 정치적 이유, 문화적 차이, 문화적 오염 등을 이유로 한류에 대한 경계와 규제 움직임이 일고 있는 것이 현실이다.’라고 밝힌 바 있다(외교부 연구보고서, 2021: 19).

AKP의 보수주의 미디어 정책에 따른 견제와 규제 움직임 속에서 AKP와 한류 팬덤 간의 갈등이 야기되고 그 결과 한류가 발전하지 못하고 정체되어 있는 모습을 볼 수 있지만 그럼에도 불구하고 여전히 튀르키예가 20년 넘게 한류 대표 국가로 자리매김하고 있는 이유를 살펴보면 한류문화콘텐츠의 우수함과 함께 한류의 수용자, 팬덤의 활약이 대표적일 것이다. 또한 한국대사관(영사관)과 한국문화원의 한국문화 홍보와 다양한 한류 관련 행사 그리고 글로벌 OTT 플랫폼에서의 한류문화콘텐츠의 성장도 빼놓을 수 없을 것이다.

튀르키예 한류의 특이점 중 하나는 한류문화콘텐츠의 우수성으로 드라마 및 영화를 튀르키예 제작사가 저작권을 사서 자신들의 이야기로 다시 리메이크한 경우가 많다는 점이다. 2011년부터 2022년 하반기까지 리메이크 작품 수가 무려 40여 편에 달하고 텔레비전에서 인기리에 방영하고 있다는 것이다. 대표작으로 <닥터스(Kalp atisi)>, <굿닥터(mucize doktor)>, <그녀는 예뻐다(seviyor sevmiyor)> 등이 있고 2022년 튀르키예 국영TV TRT2에서는 <낭만닥터 김사부(Kasaba Doktor)>를 리메이크한 드라마가 인기리에 방영했으며 현재 시즌 2를 준비 중이다. 튀르키예에서 한국 영화와 드라마의 리메이크는 원작에 대한 대중적 인기와 맞물려 일시적 유행에 그치지 않고 꾸준히 지속되고 있다. 이러한 현상은 타 문화에 대한 경계는 낮추고 사업성은 올리는 결과라 여긴 것 같다. 튀르키예에서 한국문화콘텐츠의 리메이크 성공은 터류로 인해 한류를 더 확산시키는 계기도 될

수 있을 것이다(유정숙·에즈기, 2019: 181-210).

또한 한류의 성장 동력인 팬덤의 활발한 활동이 튀르키예 한류를 지탱하고 있는 기동 역할을 한다고 볼 수 있겠다. 튀르키예 내 최초 팬클럽은 2007년 발족한 'www.korea-fans.com'으로 알려져 있고 한국 영화, 드라마를 시작으로 K-팝 등 다양한 장르의 한국 문화를 좋아하는 젊은 층들이 주로 회원으로 가입하여 한국에 대한 정보를 주고받고 있다(이난아, 2012: 175-176). 2023년 9월 24일 현재 7만 3,364명의 회원 수를 자랑하며 한국 문화를 알리는 교두보 역할을 하고 있다.²³

〈2022 지구촌 한류현황〉에 따르면 튀르키예에 2,260,323명(동호회 중복 회원 가능)의 한류동호회회원이 있으며, 대표 동호회 56개와 이들의 활동을 상세히 밝히고 있다. 유럽지역으로 분류되는 튀르키예는 동호인수로 러시아(7,921,362명) 다음이고 동호회 유형은 드라마가 41.4%, 음악 34.8%, 한류 전반은 18.6%, 한국어 관련은 4.2%로 위에서 밝혔듯이 드라마가 음악보다 우세한 팬덤 현상을 보여 주고 있다. 상반기의 〈파친고〉와 하반기의 〈우영우〉 드라마의 인기에 힘입어 드라마 관련 동호회가 더 많이 신설되었다고 말하고 있다. K-드라마의 성공으로 K-팝에 대한 부정적 시각들이 상쇄되는 모양새이다. 세계 한류 팬덤 중 과반수 이상이 K-POP 팬으로 한국과 관련해 '가장 먼저 떠오르는 것은 무엇인가?'라는 질문에 K-팝이 14.0%로 5년 연속 1위를 기록했지만(2022 지구촌 한류현황: 17)²⁴ 튀르키예는 반 서구적이고 보수적인 친이슬람정당 AKP와 K-팝에 대한 사회적 갈등으로 10대 여성 위주의 집약적 팬덤 현상만이 보이고 있는 것이다.

그럼에도 튀르키예에서 한류 팬덤의 지속적 성장에는 위에서 살펴본듯 드라마의 흥행 성공과 함께 2011년 수도 앙카라에서 개원한 주튀르키예 한국문화원의 역할도 컸는데, 현지인들을 대상으로 다채로운 한국 문화 행사 및 활동

²³ <https://www.korea-fans.com/forum/>(검색일: 2023. 9. 24.).

²⁴ 드라마나 영화와는 달리 K-팝 팬덤의 대상이 되는 연예인들은 계속하여 활동하며 일상을 영위하고, 이에 따라 팬덤이 소비할 수 있는 콘텐츠도 지속적으로 생산된다. 개별 연예인에 따라 인물 혹은 그룹 중심으로 팬덤이 형성하는 경향이 있다. 코로나19 엔데믹이 도래함에 따라 지난 2년간 중단됐던 K-팝 가수들의 해외 공연도 재개되고 있어 K-팝 팬덤은 더욱 단단해지고 확장될 것으로 보인다. https://issuu.com/the_korea_foundation/docs/2022_1(검색일: 2023. 8. 20.).



출처: 주튀르키예한국문화원, 한국관광공사, <https://tr.korean-culture.org/ko>

그림 10 건국 100주년 'K-뮤직 페스티벌' 개최

을 펼치고 있기 때문이다. 이를 통해 K-팝과 K-드라마, 한국 영화를 비롯한 전통음악과 전통무용, 한국어, 서예, 한식 등 다양한 분야에 걸쳐 관심이 형성되면서 한류 동호인도 점점 증가하는 추세를 보여 주었다. 이런 경향은 한-튀르키예 수교 60주년을 맞은 2017년, 한국문화원 개원 10주년이 되는 2021년, 한-튀르키예 수교 65주년인 2022년에 많은 한국 관련 문화 행사가 개최되면서 더욱 탄력을 받고 있다. 가장 최근에는 튀르키예 내 K-팝을 포함한 한국 문화에 대한 지속적 관심 유도와 발전을 위해 대한민국 외교부 및 KBS 방송사와 협업하여 '2023 K-Pop World Festival'을 지난 7월 16일 안탈리아에서 그리고 8월 12일

수도 앙카라에서 개최했다.²⁵

올해, 한국문화원에 거점 ‘세종학당’을 설립하고(2022 지구촌 한류현황: 168),²⁶ 이스탄불에 있는 한국관광공사 지부를 앙카라의 국유화된 문화원 건물에 입주시켜 명실상부한 코리아 센터로서 역할을 수행할 수 있도록 기반을 마련했다. 주 튀르키예 한국문화원, 한국대사관과 영사관, 대한무역투자진흥공사, 앙카라와 에르지예스, 이스탄불 대학을 기점으로 한 ‘한국어문학과’ 등 공공기관과 팬들의 노력으로 문화교류를 통한 소통이 이어지고 있다. 그동안 이룩한 성과를 위해서라도 AKP의 미디어 보수화 정책에 대항하는 것이 아니라 적합한 방향성을 가지고 한류의 영향력을 유지해야 할 것으로 보인다.

VI. 결론

2023년 대한민국의 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원, 대한무역투자진흥공사 등에서 발표한 무역 확산 등의 전략 중 하나가 바로 ‘한류’이다. 특히 문화체육관광부 장관은 “K콘텐츠 산업 집중육성, 중동에 한류 수출”이라고 중동 지역 진출전략을 브리핑한 바 있다(문화체육관광부 홈페이지).²⁷ K-pop, K-Drama 등의 인기로 한류 프리미엄에 힘입어 한국 음식, 제품과 문화 전반에 대한 관심이 대중화되고 우리 기업의 중동 진출이 확산세에 있긴 하지만, 중동에서의 한류는 각 중앙 정부의 정책 기조에 크게 영향을 받는 편이다. 중동 지역 진출을 위해 보다 세심하고 정치적인 고려가 있어야 하며, 각국의 미디어 환경과 국가 별 미

²⁵ 주튀르키예한국문화원 홈페이지 참고. <https://tr.korean-culture.org/ko>(검색일: 2023. 8. 20.).

²⁶ 매년 상·하반기에 걸쳐 치러지는 한국어능력시험(TOPIK)에 응시하는 튀르키예인이 꾸준히 늘고 있으며, 한국어를 배우고자 하는 수요도 빠르게 증가하고 있다. 앙카라(2개소, 한국문화원 세종학당 포함), 이스탄불(1개소), 이즈미르(1개소)에서 세종학당이 운영되고 있으며(3개 도시 4개소), 보아지치대학교, 아이든대학교, 예디테페대학교, 빌켄트대학교, 하제테페대학교 등에서는 선택식 한국어 수업이 이루어지고 있다. 또한 2017년 2월 튀르키예 정부가 초중고등학교 제2외국어에 한국어를 포함시킴으로써 한국어 수업에 대한 학생들의 관심이 높아졌으며, 2018년 9월부터 희망 학교에서 한국어 수업을 개설할 수 있게 되었다. https://issuu.com/the_korea_foundation/docs/2022_2(검색일: 2023. 8. 20.).

²⁷ 문화체육관광부 홈페이지 참고. <https://www.mcst.go.kr/kor/main.jsp>(검색일: 2023. 8. 24.).

디어 환경과 정책에 대해서도 충분한 이해가 선행되어야 한다.

한편, 그동안 중동에서의 한류 연구는 한류의 확산에 초점을 맞추며 한류의 열풍이 장밋빛 미래를 가져올 것처럼 긍정적인 기조의 연구가 주를 이루었다. 하지만 중동 내에서 한류가 어느 정도 자리 잡기 시작하면서 한류 확산의 문제점도 나타나기 시작하고 있다. 즉, 최근 들어 한국 콘텐츠에서 중동 문화와 이슬람을 존중하지 않는 내용으로 문제를 일으키는 사례를 쉽게 발견할 수 있었다. 최근에는 한국 인기 드라마 킹더랜드에서 나온 아랍 왕자의 캐릭터를 보고 사우디아라비아를 포함한 중동 팬들로부터 거센 항의를 받기도 하였다. 해당 장면이 방송된 후 아랍권 시청자들은 아랍 왕자를 바람둥이로 설정한 점, 음주 가무를 즐기는 인물로 그린 점, 인도 출신 배우가 이를 연기한 점 등을 들며 “한국 드라마가 아랍인과 무슬림을 비하했다”고 격분했다. 리뷰 전문 사이트 IMDB에는 “무함마드 빈살만 왕자와 사우디 국민, 무슬림에 관한 모욕이다”, “아랍 문화를 무시했다” 등의 의견이 쏟아졌고 10일 기준 사우디아라비아 국적 회원의 98.8%, 아랍에미리트(UAE) 회원의 93.1%가 10점 만점에 ‘1점’을 줬다(김소연, 2023). 사우디 내에서 한국 드라마를 포함한 한국 영상 콘텐츠에 대한 시청률이 높아지는 만큼 드라마 내용에 대한 사우디 시청자들의 반응도 고려해야 하는 필요성을 확인할 수 있는 계기였다.

이와 유사한 사례는 튀르키예에서도 발견되었다. 우리나라에서 인기를 얻은 〈재벌집 막내아들〉 드라마의 경우 주인공이 테러를 당하는 장소를 튀르키예 이스탄불로 설정하고 현지 촬영을 했다. 문제는 OTT 서비스를 통해 이 드라마를 본 튀르키예인들이 불쾌감을 강하게 표출한 것이다. 이는 엄청난 부정적 파급효과를 가져왔다. 드라마의 내용이 외교 문제로도 번질 수 있는 심각한 문제였다(신은지, 2022).

위의 사례와 같이 애써 노력한 한류의 성과물들을 한순간 무너뜨릴 수 있다는 경계심을 가지고 한류문화콘텐츠의 영향력을 인지하여 잘 만들어진 결과물을 내놓는다면, 중동과 북아프리카 전역에 한류가 쇠퇴하지 않고 지속가능한 발전을 가져올 것이라 기대한다. 이는 중동 지역뿐만 아니라 한류를 경험한 모든 국가를 향한 우리 정부의 중요한 공공외교의 당면한 과제일 것이다. 위의 사례와 같은 드라마 내용은 아랍뿐만 아니라 이슬람 문화권 시청자에게도 불쾌감

을 주기에 충분했다. 해외 시청자들은 문제가 된 드라마를 방영한 방송국에 사과를 요구하기도 했다. 하지만 방송국이 내놓은 사과문은 해외 시청자들의 불만을 누그러뜨리기에는 불충분했다. 한국 대중문화를 실시간으로 접할 수 있는 온라인동영상서비스(OTT)가 전 세계로 확산되고 있는 현실에서 아랍·이슬람 문화를 왜곡하는 드라마가 방영되는 것은 어리석은 일이다. 중동 지역의 한류 열풍은 언제든 꺾일 수 있다. 대중들은 자신들의 문화를 존중하지 않는 콘텐츠는 외면하기 마련이다. 중동 지역 시청자들의 신뢰를 잃었는데 ‘중동 진출 방안 모색’이란 말은 아무런 소용이 없다. ‘문화 강국’을 국가 전략으로 내세우고 있는 지금, 세심하게 다른 나라의 문화를 존중하는 자세가 요구된다.

본 연구는 중동의 주요 강대국이라고 할 수 있는 사우디아라비아, 이란, 튀르키예의 한류 수용 양상을 비교 연구하였다. 중동이라는 광대한 지리적 범위 내에서 아랍어, 페르시아어, 터키어 문화권의 대표이며 중동의 주요국인 세 개 국가의 다양한 정부 정책 속 한류 수용 양상을 비교함으로써 중동 한류 연구에 대한 조금 더 세부적이고 구체적인 기틀을 마련하는 데 기여하였다. 본 연구를 통해서, 중동의 주요 국가인 이들 세 개 국가는 각국의 정부 정책의 상이한 기초 속에서 한류의 수용 양상도 조금씩 차이가 나타나고 있음을 확인할 수 있었다. 하지만 세 개 국가 모두 이슬람 문화의 사회적 영향력이 강하고 권위주의 정부라는 비슷한 정치적 배경을 가진 만큼 서로 비슷한 점들도 상당 부분 발견할 수 있었다. 이란과 튀르키예는 중동 내 한류 확산을 주도했던 국가였던 만큼 대중들에게 한류는 단순한 외국 문화가 아닌 사회 내에서 하나의 주요 문화로 자리 잡았다. 그리고 정치적 억압이 심화 되고 있는 상황 속에서 한류는 새로운 대중들의 저항 문화의 양상으로도 나타나고 있음을 확인하였다. 사우디아라비아의 경우 정부의 사회적 개방 시도 속에서 한류의 확산을 지원하고 있는 추세다.

하지만 한류가 사회의 깊은 부분에 자리 잡은 이란이나 튀르키예 정부처럼 향후 대중들의 한류 수용 모습에 따라 한류에 대한 사우디 정부의 경계도 배제할 수 없다는 것을 본 논문의 비교 연구가 시사하고 있다. 한편, 본 연구는 국가별 정부 문화·예술 정책과 한류의 수용 양상 비교 연구에 초점을 맞췄다. 이에 따라, 국가 내에서 한류의 어떠한 부분이 대중들의 마음을 사로 잡고 있는지에 대한 보다 심도 있는 질적 조사와 현지조사가 요구된다는 점에서 한계점을 지닌다. 또

한, 정부 정책이 한류 수용에 미치는 영향과 관련해서 정부 검열로 인한 한류 콘텐츠 특정 부분 삭제 등과 같은 콘텐츠 분석에 대한 조금 더 세부적인 연구가 보완된다면 중동 한류에 대한 연구의 확대에 더욱 큰 기여를 할 수 있을 것이다.

투고일: 2023년 10월 3일 | 심사일: 2023년 10월 16일 | 게재확정일: 2023년 11월 29일

참고문헌

- 구기연. 2014. “전지구화 시대의 이란의 미디어와 대중문화: 한류 현상을 중심으로.” 『한국이슬람학회논총』 24권 3호, 1-25.
- _____. 2020. “‘테헤란젤레시 음악’에서 ‘케이팝(K-POP)까지: 이란 밀레니얼 세대의 하위문화로서의 대중음악.” 『한국중동학회논총』 41권 2호, 85-115.
- _____. 2022. “저항하는 헤테로토피아 공간으로서의 이란 위성미디어와 경합하는 정체성들.” 『중동문제연구』 21권 2호, 325-358.
- 김남연. 2019. 한국국제문화교류진흥원, 통신원 리포트. “이란 한류 커뮤니티의 ‘원조’, 코리아선(Koreasun) 멤버들과의 만남”(검색일: 2019. 11. 28.). https://www.kofice.or.kr/c30correspondent/c30_correspondent_02_view.asp?seq=17799 (검색일: 2023. 8. 31.).
- _____. 2022. 한국국제문화교류진흥원, 통신원리포트. “[문화정책/이슈] 이란에서 한류 팬클럽 인플루언서 정식으로 활동 시작”(검색일: 2022. 7. 18.). https://kofice.or.kr/c30correspondent/c30_correspondent_02_view.asp?seq=21756&page=2&find=&search=&search2=이란 (검색일: 2023. 8. 31.).
- 김소연. 2023. “‘킹더랜드’ 아랍왕자 묘사에 ‘별점 테러’...뿔난 현지 시청자들.” 한국경제 (7월 10일). <https://www.hankyung.com/international/article/2023071060227> (검색일: 2023. 8. 21.).
- 김수완. 2014. “창조경제의 주역 중동 신한류.” 『한국이슬람학회논총』 24권 1호, 41-67.
- _____. 2021. “변화의 물결에서, 사우디아라비아 한류의 미래.” 한류, 다음. 한국국제문화교류진흥원(KOFICE).
- 김수현. 2022. “한류가 궁금하다면” 홍석경 교수 인터뷰 1편 SBS 뉴스(1월 24일). https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1006524912&plink=CO

- PYPASTE&cooper=SBSNEWSEND(검색일: 2023. 8. 15.).
- 김정명. 2019. “아랍의 봄 이후 중동 지역의 언론·예술 분야 표현의 자유: 이집트, 터키, 이란을 중심으로.” 『한국중동학회논총』 40권 2호, 107-136.
- _____. 2020. “아랍의 봄 이후 GCC 국가 언론에서의 표현의 자유와 관련 법규 분석.” 『중동문제연구』 19권 1호, 189-218.
- 김중도·정상률·임병필·박현도 옮김. 2017. 『이란 이슬람공화국 헌법』. 모시는사람들.
- 김현아. 2022. “CJ ENM, 사우디 문화부와 문화 교류 강화 협약 체결.” 『이데일리』(6월 12일). <https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=01177526632361064&mediaCodeNo=257&OutLnkChk=Y>(검색일: 2023. 8. 17.).
- 남해인. 2023. “넥슨·엔씨 이어 카카오엔터까지…게임·웹툰 ‘K-콘텐츠’에 꽃힌 사우디.” 뉴스원(1월 13일). <https://www.news1.kr/articles/4923362>(검색일: 2023. 8. 21.).
- 민지은. 2022. “프랑스 디지털 환경변화에 따른 프랑스 한류 팬 소비행태에 관한 연구: 2000년대 후반부터 코로나19 이후까지 프로슈머 한류 팬을 중심으로.” 『한국 프랑سخ학논집』 120권, 165-209.
- 박건희·윤은경. 2023. “한국의 대 사우디아라비아 문화공공외교 현황과 발전 방향: 문화 예술행사를 중심으로.” 『중동연구』 42권 1호, 95-124.
- 박옥필. 2017. “한류가 국가 브랜드 및 이미지에 미치는 효과 분석: 중동 주요 소비시장에 대한 평가를 중심으로.” 『글로벌 문화연구』 8권 1호, 83-103.
- 신양섭. 2022. “이란의 언론검열정책과 언론법의 사법권 남용.” 『중동문제연구』 21권 1호, 117-161.
- 신은지. 2022. ““외교 문제까지 생길수도”…잘가던 ‘재벌집 막내아들’ 최악의 위기 맞이했다.” 살구뉴스(12월 7일). <https://www.salgoonews.com/news/articleView.html?idxno=25296>(검색일: 2023. 8. 22.).
- 외교부 연구보고서. 2021. “빅데이터에 기반한 해외 대중의 한국문화콘텐츠 선호도 분석 및 공공문화외교 정책에 대한 함의 도출.” 주관연구기관: 주식회사 아르스프랙시아, 공동연구기관: 서울대학교 산학협력단.
- 엄민아. 2018. “터키 선거전 속 한국비하.” 한국국제문화교류진흥원(KOFICE)(검색일: 2018. 6. 8.). https://kofice.or.kr/c30correspondent/c30_correspondent_02_view.asp?seq=15573(검색일: 2023. 9. 21.).
- 엄익란. 2021. “Digital Media and Newly Visible Saudi Women in a Transitional Era: Case Study of BTS Riyadh Concert and Saudi ARMY Fandom.” 『아랍어와 아랍문학』 25권 3호, 1-28.

- 우수경. 2022. “사우디가 ‘들썩’…중동은 K-pop을 어디까지 받아들일 수 있을까?” KBS (10월 6일). <https://news.kbs.co.kr/news/mobile/view/view.do?ncd=5572537> (검색일: 2023. 8. 18.).
- 유정숙·쟁기제르 에스기. 2019. “터키에서 한류의 시작과 발전 양상 연구: 한국드라마를 중심으로.” 『우리어문연구』 제65호, 181-210.
- 윤수정. 2022. “SM 이수만이 건설회사 임원들 앞에서 연설한 까닭은?.” 조선일보(8월 31일). https://www.chosun.com/culture-life/2022/08/31/23FJPB3FFJH7FKDF3EF5FRVXFE/?utm_source=naver&utm_medium=referral&utm_campaign=naver-news(검색일: 2023. 9. 10.).
- 이난아. 2012. “터키에서의 한류의 현황과 전망: 한류 팬클럽 ‘코리아 팬스’를 중심으로.” 『중동문제연구』 11권 1호, 167-193.
- 이란 한류 잡지 대한민국의 사계절. https://overseas.mofa.go.kr/ir-en/brd/m_11371/view.do?seq=759724&page=1(검색일: 2023. 8. 25.).
- 이명지. 2022. “중국·베트남·튀르키예 해외 시장을 어찌하오리까.” 『한경 BUSINESS』(8월 11일). <https://magazine.hankyung.com/business/article/202208034585b> (검색일: 2023. 8. 18.).
- 임수빈. 2023. ““북미로 간다” 카카오엔터-SM, 사업 협력 본격화.” 파이낸셜 뉴스(8월 1일). <https://www.fnnews.com/news/202308011042293334>
- 정란수·김아영·이성민·김형석·이규탁·오선명. 2022. 한류백서 2021. 한국문화산업교류재단(KOFICE). https://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_00_view.asp?seq=1244&page=1&find=&search=(검색일: 2023. 8. 23.).
- 한국콘텐츠진흥원. 2021. “중동 콘텐츠 산업동향 사우디아라비아, 아랍에미리트 소셜 미디어 현황.” <https://www.kocca.kr/kocca/bbs/view/B0000204/1952020.do?categoryors=4&subcate=65&cateCode=0&menuNo=204178>(검색일: 2023. 8. 23.).
- 한국국제문화교류진흥원, 통신원리포트, 이란 국가, https://kofice.or.kr/c30correspondent/c30_correspondent_02_list.asp(검색일: 2023. 8. 30.).
- 2023 해외한류실태조사. 2023. 문화체육관광부·한국국제문화교류진흥원(KOFICE, https://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_00_view.asp?seq=1275&page=1&find=&search=(검색일: 2023. 8. 30.).
- 2023 Saudi Arabia Country Report. Freedom House, <https://freedomhouse.org/country/saudi-arabia>(검색일: 2023. 8. 15.).
- Berman, Noah. 2023. “Saudi Arabia’s Investments Raise Questions of

- ‘Sportswashing’.” Council on Foreign Policies. <https://www.cfr.org/in-brief/saudi-arabias-investments-raise-questions-sportswashing>(검색일: 2023. 8. 10.).
- Democracy Index 2022. EIU. https://pages.eiu.com/rs/753-RIQ-438/images/DI-final-version-report.pdf?mkt_tok=NzUzLVJJUS00MzgAAAGKV6hEWPBYk33hD9noCJPpu2O7o-4M8Rvi76pmDQQIzCVTYDjUDlJLDI5EFxR8SYAdh0xNlTo4Fe6yake3lToz4Og9g9e9TjaJbmIA-kuHE1ddLw&ref=spectacles.News(검색일: 2023. 8. 23.).
- Grabowski, Wojciech. 2021. “Beyond Tradition and Modernity: Challenges of Transformation in Saudi Arabia.” *Rocznik Orientalistyczny* 74(2), 82-97.
- House, K. E. 2012. “On Saudi Arabia: Its People, Past, Religion, Fault Lines and Future.” Knopf.
- Kaptan, Yeşim and Murat Tutucu. 2021. “The Rise of K-Dramas in the Middle East.” *The Soft Power of the Korean Wave: Parasite, BTS and Drama*.
- Kinninmont, Jane. 2019. “Saudi Arabia: Why Is Going to the Cinema Suddenly OK?” BBC(2019. 4. 17.). <https://www.bbc.com/news/world-middle-east-43738718> (검색일: 2023. 8. 15.).
- Koo, Gi Yeon. 2020. “Riding the Korean Wave in Iran: Cyberfeminism and Pop Culture among Young Iranian Women.” *Journal of Middle East Women's Studies* 16(2), 144-164.
- Lee, Hyo-Sik. 2013. “K-food Set to Boom in Turkey.” *The Korea Times* 2013. 5. 12. https://www.koreatimes.co.kr/www/biz/2023/09/602_135529.html(검색일: 2023. 8. 21.).
- Malik, Saadia Izzeldin. 2019. “The Korean Wave (Hallyu) and Its Cultural Translation by Fans in Qatar.” *International Journal of Communication* 13, 18.
- Mozafari, Mohammad Hassan. 2013. “The Impact of Korean TV Dramas Series on the Iranian Market and Society.” 제1회 KIEP-명지대학교 중동연구소 한-이란 포럼, 20213년 5월 10일 발표문.
- Nurtsch, Ceyda. 2021. “Turkish Government Sees K-pop as a Threat.” DW. (2021. 9. 10.). <https://www.dw.com/en/turkish-government-sees-k-pop-as-a-threat/a-59140570>(검색일: 2023. 8. 23.)
- OECD. 2018. “The Best Place to Explore Trade Data.” <https://oec.world/en/profile/>

- bilateral-country/kor/partner/turhttps://oec.world/en/profile/bilateral-country/kor/partner/tur?dynamicBilateralTradeSelector=year2018(검색일: 2023. 9. 8.).
- Saudi vision 2030 공식 홈페이지. <https://www.vision2030.gov.sa/en/>(검색일: 2023. 9. 10.).
- Shams, Alex. 2021. "Tanakura Bazaar: The Iranian Legacy of Beloved Japanese Soap Opera Oshin." *Ajam Media Collective*. <https://ajammc.com/2021/02/16/tanakura-bazaar-iran-oshin/>(검색일: 2023. 8. 23.).
- Tawil-Souri, Helga. 2008. "Arab Television in Academic Scholarship." *Sociology Compass* 2(5), 1400–1415.
- Vadim, Kolisnichenko. 2023. "Turkiye Has Increased the Fee for Passage through the Bosphorus and Dardanelles by 8.3% since July." GMK Center. <https://gmk.center/en/news/turkiye-has-increased-the-fee-for-passage-through-the-bosphorus-and-dardanelles-by-8-3-since-july/>(검색일: 2023. 8. 25.).
- Ziabari, Kourosch. 2023. "Iran's State Broadcaster: Crisis of Popularity and Credibility." Gulf International Forum. <https://gulfif.org/irans-state-broadcaster-crisis-of-popularity-and-credibility/>(검색일: 2023. 8. 21.).

〈신문기사〉

- 동아일보. 2021. 10. 8. "'한국산 가전 수입 금지' 이란, 한국 드라마 방영도 막나" <https://www.donga.com/news/article/all/20211008/109610577/1>(검색일: 2023. 9. 1.).
- 매일경제. 2023. 9. 26. "티빙, 'KCON 사우디 아라비아' 실시간 생중계." <https://www.mk.co.kr/star/broadcasting-service/view/2023/09/734572/>(검색일: 2023. 9. 30.).
- 한국무역신문. 2019. 8. 2. "[세계는 지금] 사우디 문화개방 확대... 한류도 주목." 한국무역신문. <https://www.weeklytrade.co.kr/news/view.html?section=1&category=136&item=&no=55643>(검색일: 2023. 8. 21.).
- 헤럴드경제. 2022. 12. 27. "사막 도시에 꽃 피울 K-문화관광...확장·진화하는 한-사우디 교류 [사우디 여행]." <http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20221227000455>(검색일: 2023. 8. 15.).
- Al-Jazeera. 2022(Nov 16). "US Slaps Sanctions on Iranian Media Members." <https://>

www.aljazeera.com/news/2022/11/16/us-slaps-sanctions-on-iranian-media-members(검색일: 2023. 8. 21.).

Guardian. 2022(Sep 07). "Six Gulf States Warn Netflix over Content Violating 'Islamic Values'." <https://www.theguardian.com/world/2022/sep/07/six-gulf-states-warn-netflix-over-content-violating-islamic-values>(검색일: 2023. 9. 12.).

Hürriyet Daily News. 2021(Aug 30). "Ministry to Monitor 'Effects' of K-Pop on Young Turks." <https://www.hurriyetdailynews.com/ministry-to-monitor-effects-of-k-pop-on-young-turks-167460>(검색일: 2023. 8. 27.).

IKAMET. 2023(July 7). "IMEI Registration Fee Increased by 228%." <https://ikamet.com/increase-in-imei-registration-fees/>(검색일: 2023. 8. 19.).

WTR. 2023(Aug. 31). "Turkish Government Increases Fees and VAT Rates for IP Services." <https://www.worldtrademarkreview.com/article/turkish-government-increases-fees-and-vat-rates-ip-services>(검색일: 2023. 9. 3.).

〈인터넷 홈페이지〉

국경없는 기자회(RSF), 2022년 언론자유 지수(<https://rsf.org/en/index?year=2022>).

문화체육관광부 홈페이지(<https://www.mcst.go.kr/kor/main.jsp>)(검색일: 2023. 8. 24.).

세종학당재단 홈페이지(<http://ksif.or.kr>)(검색일: 2023. 8. 25.).

전세계 한류 동호회 현황. Korea Foundation 홈페이지(<https://www.kf.or.kr/koreanstudies/hallyu.do#none>)(검색일: 2023. 8. 18., 21.).

주튀르키예한국문화원 홈페이지(<https://tr.korean-culture.org/ko>)(검색일: 2023. 8. 20.).

주튀르키예한국문화원 인스타그램 페이지(http://www.instagram.com/kore_kultur_merkezi/) (검색일: 2023. 8. 20.).

튀르키예 한국팬카페 홈페이지(<http://www.korea-fans.com>)(검색일: 2023. 9. 24.).

해외문화홍보원 홈페이지(<http://www.kocis.go.kr>)(검색일: 2023. 8. 3.).

Gem Drama 인스타그램 페이지(<https://www.instagram.com/gemtvhub/>)(검색일: 2023. 8. 18.).

kdrama sul 인스타그램 페이지(https://www.instagram.com/kdrama_sul/?hl=en)(검색일: 2023. 8. 19.).

PersianaKOREA 인스타그램 페이지(<https://www.instagram.com/persianakorea/>)(검색일: 2023. 8. 18.).

Abstract

Impact of Middle Eastern Government Policy Changes on the Acceptance of Korean Wave: Focusing on the cases of Saudi Arabia, Iran, and Turkey

Gi Yeon Koo Seoul National University

Ha-eun Han Seoul National University

Soyeon Ahn Seoul National University

In the Middle East, the Korean Wave initially gained popularity through the spread of dramas during the 2000s. Currently, Korean cultural content of various genres, particularly K-pop, is gaining traction. However, changes in local policies in the Middle East have resulted in changes in the acceptance of Korean wave. This study aims to monitor the shifts in Hallyu acceptance in Iran, Saudi Arabia, and Turkey in response to national policy changes.

Saudi Arabia is currently promoting the entertainment industry as a component of its diversification strategy. The Saudi government's support of culture and the arts has resulted in increased interest in the Korean Wave. In Iran, the Korean wave was initially popularized by state-run broadcasting, which was perceived as a cultural industry with more "wholesome" content than Western culture. However, the rise of young Hallyu fans centered on K-pop has resulted in an alternative and resistance culture. Therefore, the Iranian government remains apprehensive of the spread of Hallyu culture. Additionally, the Korean wave popularization has advanced relatively in Türkiye, but tensions persist between the state and its adopters. The ascension of a pro-Islamic party to power precipitated societal conservatism and a focus on protecting national content as a component of nationalist policies, resulting in an impact on Korean Wave.

This study contributes to finding the phenomenon and alterations in Korean Wave consumption in three Middle Eastern countries due to changes in national policies, and confirming the local culture, policies, and public characteristics that should be considered for the long-term spread of Korean Wave in the Middle East.

Keywords | Korean Wave in the Middle East, Saudi Arabia, Iran, Turkiye (Turkey), K-pop