



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



**저작자표시.** 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



**비영리.** 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



**변경금지.** 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2008年2月  
教育學碩士學位論文

日本大眾文化開放이 日本語學習에 미치는 影響

朴  
仁  
淑

2008年 2月  
教育學碩士(日本語教育)學位論文

日本大衆文化開放이  
日本語學習에 미치는 影響

朝鮮大學校 教育大學院

日本語教育專攻

朴 仁 淑

日本大衆文化開放이  
日本語學習에 미치는 影響

*The Effects of The Japanese Popular Culture  
Opening on Japanese Learning*

2008年 2月

朝鮮大學校 教育大學院

日本語教育專攻

朴 仁 淑

日本大衆文化開放이  
日本語學習에 미치는 影響

指導教授 金 仁 炫

이 論文을 教育學碩士(日本語教育專攻)學位  
請求論文으로 提出함

2007年 10月

朝鮮大學校 教育大學院

日本語教育專攻

朴 仁 淑

朴仁淑의 教育學 碩士學位 論文을  
認准함

審査委員長 朝鮮大學校 教授 朴 青 國 印

審査委員 朝鮮大學校 教授 金 仁 炫 印

審査委員 朝鮮大學校 副教授 丁 意 祥 印

2007年 12月

朝鮮大學校 教育大學院

# 目次

## 제 I 장 서론

제1절 연구 목적 .....	1
제2절 연구의 방법 및 내용 .....	2
제3절 선행연구의 검토 .....	3

## 제 II 장 대중문화의 정의 및 특징

제1절 대중문화의 정의 .....	5
제2절 일본대중문화의 특징 .....	7

## 제 III 장 일본대중문화의 개방과정 및 실태조사

제1절 일본대중문화의 개방배경 .....	9
제2절 일본대중문화의 개방과정 .....	10
제3절 일본대중문화의 분야별 유입 실태 .....	16

## 제 IV 장 일본대중문화 개방과 일본어 학습과의 관계 연구

제1절 일본대중문화 및 개방에 관한 고등학생들의 관심도 분석 .....	31
제2절 일본대중문화개방과 고등학교 일본어 학습과의 관계분석 .....	55

## 제 V 장 결론 .....

59

## 參考文獻 .....

62

## 表 目 次

<표 1> 일본대중문화 개방 현황 .....	15
<표 2> 일본 영화 개봉 편 수 및 시장 점유율 .....	16
<표 3> 서울 관객 10만 이상의 일본영화 .....	18
<표 4> 일본 애니메이션 개봉 현황 .....	23
<표 5> 국내에서 1만 장 이상 판매된 일본음반 .....	27
<표 6> 일본드라마의 시청률 .....	29

## 圖 目 次

<그림 1> 「러브레터」 .....	20
<그림 2> 「하울의 움직이는 성」 .....	22



## *ABSTRACT*

### *The Effects of The Japanese Popular Culture Opening on Japanese Learning*

Park, In-Sook

Major in Japanese Education

Graduate School of Education

Chosun University

According to the direction on the opening of Japanese popular culture on October 20, 1998, Korea has opened its last bar to foreign cultures. Since the government of Republic of Korea was founded, as contact with Japanese popular culture has been strictly prohibited, this governmental decision is an exceptionally big issue.

Thus, all sorts of people were worried about that it would bring a big whirlwind socially with much controversies. However, in spite of the condition that our culture has not been opened yet to Japanese popular culture, Japanese culture has permeated a significant number of Korean people under the cover of legal and institutional defects, and in the 1990s, with the development of the Internet network, natural invasion of Japanese popular culture could not be controled any more. As the times change, our adolescents could access to it more easily and enthusiasm for Japanese language learning increased more. As the 2nd foreign languages were designated as the subjects for college entrance examination, more students decided to pick up Japanese language as their 2nd foreign language.

Though we contact Japanese popular culture coincidentally in the beginning, if it is consistently maintained, latent learning needs spring out, which may leads to favorable feeling to or necessity of language learning. In the viewpoint that we are interested in the language of the country to understand and enjoy its popular culture we prefer more in detail, export of one's popular culture works as an excellent ambassador who informs his country and culture of the world as well as is profitable.

Therefore, this study examines the process that interest of Korean high school students in Japanese popular culture and their preferences evoke Japanese learning motivation according to our opening to it.

Unlike existing curriculum, the 7th Curriculum that has been applied since 2002 focuses on enhancement of communication ability and understanding of Japanese culture. If the ultimate goal of the education in Japanese language is to help students have communication ability to learn Japanese language exactly and use it properly, as it is necessary to understand behaviors of the other for true communication, understanding of Japanese culture should be emphasized.

This study is to identify learning effect adolescents can have when they contact Japanese popular culture, whether more effective learning is possible by using cultural elements for Japanese education and what proper attitude to accept Japanese popular culture is. By identifying the kinds and types of Japanese popular culture introduced in our country, this study interviews about 300 high school students in Gwangju City who are learning Japanese using a questionnaire to figure out their learning effect and efficiency.

As a result, it is demonstrated that Japanese popular culture has a very positive effect on learning of Japanese language, and as time when they are exposed to the popular culture increases, though there are much worry about that it may cause bad influence on the adolescents, it is sure that our opening to Japanese

popular culture provides opportunities to help them understand foreign culture and have indirect experiences to foreign society, which indicates that it has higher correlations with learning efficiency.

Through the survey, this study concludes that a number of students have interest in Japanese popular culture which inevitably interacts with language learning, and as the opening progresses, the population who has access to Japanese popular culture and the number of Japanese language learners will increase.

# 제 I 장 서론

## 제1절 연구 목적

1998년 10월 20일 일본대중문화의 개방 방침에 따라 우리나라는 해외문화개방에 대한 마지막 빗장을 열게 되었다. 대한민국 정부 수립 이후 일본대중문화와의 접촉은 엄격히 금지되어 왔기 때문에 이 같은 정부의 방침은 실로 큰 사건이 아닐 수 없었다. 이에 따라 많은 논란과 함께 사회적으로도 큰 파장을 불러일으킬 것이라는 각계각층의 우려의 목소리도 높았다. 그러나 일본대중문화가 개방되지 않은 상태에서 이미 법적, 제도적 허점을 틈타 청소년을 비롯한 우리 국민 상당수에게 일본 문화는 한 부분으로 자리 잡고 있었고, 1990년대에 들어서는 인터넷의 발달로 일본 대중문화의 자연스러운 침투를 더 이상 통제할 수 없는 한계에 이르게 되었다.

이러한 시대의 변화로 우리 청소년들은 이전보다 훨씬 더 쉽게 일본대중문화를 접할 수 있게 되었고, 일본어 학습에 대한 열기 또한 더욱 고조되었으며, 2000년부터 고등학교의 제2외국어 과목이 대학수학능력시험의 교과목으로 채택되는 등 일본어를 선택해서 학습하는 학생들의 수가 급격히 증가하는 추세를 보이게 되었다.

처음엔 우연히 일본대중문화를 접했을지라도 이것들이 계속적으로 유지가 되면 일본어에 대해 잠재되어 있던 학습욕구들이 튀어나와 자연스럽게 일본대중문화에 대한 호감이나 그로 인한 언어습득의 필요성까지도 유발되는 경우가 생길 수 있다.

자신이 선호하는 대중문화를 좀 더 자세하게 이해하고 즐기기 위해서 그 나라의 언어에 관심을 갖는다는 관점에서 보면, 한 나라의 대중문화를 수출한다는 것은 수익성에서 뿐만 아니라 그 나라와 그 나라의 문화를 알리는 훌륭한 대사 역할 하게 된다는 점도 놓쳐서는 안 될 부분이다.

이에 본 논문에서는 이러한 개방에 맞추어 우리나라 고등학교 학생들의 일본대중문화에 대한 관심과 그들이 선호하는 분야 및 관심도가 일본어 학습동기의 유발로 이어지는 과정을 고찰해 보고자 한다.

그들이 가지고 있는 일본대중문화에 대한 인식과 관심도 혹은 현재 활용도를 학

습으로까지 이어갈 의욕을 정확하게 파악함으로써 앞으로의 일본어 학습으로의 접근, 구체적인 학습욕구 및 방법을 재고하여 보다 효과적인 성과 및 결과를 파악하는데 본 논문의 의의가 있다고 하겠다.

기존의 교육과정과는 달리 2002년부터 실시하고 있는 제7차 교육과정에서는 일본어교육의 주요 목표가 의사소통 능력 신장 및 일본문화에 대한 이해의 강조이다.

일본어 교육의 궁극적인 목표가, ‘학습자가 일본어를 정확히 배워 적절하게 활용하고 구사할 수 있는 의사소통 능력을 기르는 것’이라고 할 때, 진정한 의사소통을 위해서는 상대의 행동양식에 대한 이해가 필수적이므로 일본문화에 대한 이해를 강조하지 않을 수 없을 것이다.

청소년들이 일본대중문화를 접하면서 학습효과에는 어떤 영향이 있는지, 일본어를 학습하고자 하는 이들에게 문화요소를 교육에 활용케 함으로써 보다 효율적인 학습이 가능할 것인가에 대한 가능성을 예견해 봄과 동시에 일본대중문화의 올바른 수용 자세를 알아보는데 본 연구의 목적이 있다.

## 제2절 연구의 방법 및 내용

본 논문은 현재 우리나라에 유입된 일본대중문화의 종류 및 그 유형을 파악하고, 일본어를 배우는 학습자들의 일본어 학습효과와 능력을 알아보기 위한 설문지 조사 방법으로 제2외국어로서 일본어를 배우고 있는 광주 시내 남여고등학교 2학년 학생들 약 300여 명의 응답을 중심으로 진행하였다.

제2장에서는 대중문화란 무엇인지 간략히 제시하고 그 중에서도 특히 일본대중문화는 어떠한 특징을 갖고 있는지에 대해 알아봄으로써 일본대중문화에 대한 이해를 돕고자 한다.

제3장에서는 일본대중문화가 우리나라에서 개방된 과정을 단계별로 살펴보고, 개방 이후 우리나라에 들어와 있는 일본대중문화의 실태를 영화와 애니메이션, 비디오, 대중음악, 방송(그중에서도 특히 드라마)등 세부적으로 나누어 고찰해 보고자 한다.

제4장에서는 일본대중문화개방과 일본어 학습과의 관계를 알아보기 위한 방법으로, 고등학생들을 대상으로 한 설문지 조사를 통해 일본대중문화에 대한 관심과 그것들을 활용하는 방법 등이 일본어 학습에 미치는 영향에 대해 분석하고 아울러 남녀학생 간에 어떠한 의견차를 보이고 있는지 알아보고자 한다.

일본어를 학습하고 있는 학생들에게 일본대중문화를 정확하고 객관적으로 인식시키기 위한 올바른 학습방법을 살펴봄으로써 일본대중문화를 바르게 이해하고 보다 효과적인 일본어 교육의 한 방안을 제시하는데 이 연구의 의의가 있다고 하겠다.

### 제3절 선행연구의 검토

그 동안 발표된 선행연구 자료 중에서 본 논문과 관련이 있는 내용의 논문을 구체적으로 분석하고 고찰하여 보면 다음과 같다.

배철휘의 논문<sup>1)</sup>(2001)은 경기도에 있는 15개 고등학교 남녀학생 684명을 대상으로 설문조사를 하여 일본대중문화 개방이 우리나라 고등학교 학생들의 정서와 일본어학습에 미치는 영향에 대해 알아본 것으로써 정서적으로는 대체로 부정적인 영향을 미치며 학생들의 사고방식이나 범죄의식과도 관련이 있다고 보면서, 일본어 학습에는 비교적 긍정적 영향을 미치고 있다고 결론을 내리고 있다.

조병희의 논문<sup>2)</sup>(2002)에서는 『C-JAPAN』이라는 일본대중문화 월간지를 통해 독자들(고교생, 대학생, 일반인 합계418명)을 대상으로 설문조사를 실시하였고, 그 데이터를 근거로 결과를 분석하여 일본대중문화에 대한 관심과 활용도가 학습으로 연결되는 패턴을 요약하였으나, 대중문화를 적극 활용한 일본어 학습의 지도방법을 제시함에 있어서는 다소 미약하였다.

윤인창<sup>3)</sup>(2004)은 부산지역 인문계 및 실업계 남녀고등학생 264명을 대상으로 실시한 설문조사를 통해 학생들이 일본대중문화 내용에 대하여 어떻게 인식하는지를

---

1) 배철휘, 「일본 대중문화 개방이 우리나라 고등학교 학생의 정서와 일본어학습에 미치는 영향에 관한 인식차 연구」, 건국대학교 교육대학원 석사학위 논문, 2001  
2) 조병희, 「일본대중문화가 일본어학습에 미치는 영향」, 중앙대학교 교육대학원 석사학위논문, 2002  
3) 윤인창, 「일본대중문화개방과 일본어학습과의 관계연구」, 동아대학교 교육대학원 석사학위논문, 2004

고찰한 결과를 토대로 효과적인 일본어 학습지도와의 관계를 분석하였다.

가사하라 유코<sup>4)</sup>(2005)는 일본대중문화가 일본어학습에 미치는 효과에 대해 알아보고자 경상남도 내의 한 전문대학 관광일어과에 재학 중인 학생들에게 설문조사를 실시하여 일본대중문화가 일본어 발음이나 일본어 성적에 미치는 영향 등을 세부적으로 나누어 분석하였으나 효과적인 일본어 학습방법을 제시하는 데는 미흡하였다.

본고에서는 이를 기초로 선행연구를 보완하면서 최근의 일본영화나 애니메이션, 드라마 등을 중심으로 한 구체적인 분석을 통해 우리나라 고등학생들의 일본대중문화개방에 관한 관심도와 그것이 일본어학습에 미치는 영향에 대해 고찰하고자 한다.

---

4) 가사하라 유코, 「일본대중문화가 일본어학습에 미치는 효과」, 경남대학교 교육대학원 석사학위논문, 2005

## 제Ⅱ장 대중문화의 정의 및 특징

### 제1절 대중문화의 정의

대중문화는 현대사회의 지배적인 한 문화의 형태로서 관점에 따라 다양한 개념과 정의가 가능하기 때문에 대중문화가 무엇인가를 한 마디로 정의하기는 결코 쉬운 일이 아니다.

우선 사전적 정의를 내린다면 ‘매스컴의 작용에 의하여 일반대중의 기호나 요구에 맞게 한결같이 대량으로 만들어진 문화’<sup>5)</sup>, ‘대중사회를 기반으로 성립되는 문화, 현대의 대중문화는 그 이전 단계에서 볼 수 있었던 일부 엘리트만의 고급문화와 그 기층에 있는 토착적인 민속 문화와의 사이에 나타난 중간문화를 이르기도 한다.’<sup>6)</sup> 그러나 이러한 사전적인 정의는 대중문화를 이해하는데 그렇게 도움이 되는 것은 아니라고 본다.

그렇다면 대중문화란 무엇인가? ‘대중문화’는 영어로는 두 가지로 번역될 수 있다. 하나는 ‘mass culture’이고, 다른 하나는 ‘popular culture’이다.

‘mass’와 ‘popular’라는 개념은 일맥상통하는 의미를 가지면서도 그 뉘앙스가 다르다. ‘mass culture’가 대량으로 복제되는 문화의 측면에 초점을 맞춘 개념이라면, ‘popular culture’는 많은 사람들이 일반적으로 향유하는 문화라는 의미에 가깝다.

즉, 전자가 주로 문화의 생산과정에 초점을 맞춘 개념이라면, 후자는 문화의 소비 내지는 수용과정에 맞춘 개념이라고 할 수 있다.<sup>7)</sup>

따라서 전자는 대량복제가 가능한 매스미디어가 등장한 근대 자본주의 이후의 문화 산물로 한정되지만, 후자는 산업화 이전의 민중 문화 내지는 민속 문화(folk culture)까지 포함하는 개념이 된다. 물론 현대사회에서 ‘popular culture’는 대부분 매스미디어에 의해 생산되고 유통되기 때문에 결국 현실적으로는 그 두 개념 사이에 뚜렷한 경계가 없다고 할 수 있다. 그러나 ‘삶의 양식’이라는 좀 더 보편적인 문

5) 이희승, 『국어대사전』, 민중서림, 1961, p886

6) 김홍만, 「일본대중문화가 한국청소년에 미치는 영향」, 한국교원대학교 대학원 석사학위논문, 2002, p5

7) 김창남, 『대중문화의 이해』, 한울아카데미, 1998, p24



화개념과 결부시킨다면 ‘popular culture’로서의 대중문화가 더욱 설득력이 있다.<sup>8)</sup>

이러한 대중문화는 계층 간의 벽을 무너뜨리고 대중의 삶의 질을 평준화시켰다는 긍정적인 측면이 있는 반면, 감성적인 소비성향만을 자극시켜 대중의 정신세계를 피폐화시켰다는 부정적인 측면도 존재한다.

또한 대중문화는 제각각 그 나라의 환경을 배경으로 발달되어 오늘날에는 국경을 초월한 하나의 결정체적인 문화로 변해가고 있다. 서로의 좋은 문화를 수용하여 그 사회에 맞는 체로 걸러서 발전되어 간다는 것이다.

이러한 과정 속에서 우리는 아무런 거부반응 없이 서구의 대중문화를 수용하여 향유해왔으나 일본대중문화를 수용함에 있어서만큼은 그것의 진정한 깊이를 알고 하기도 전에 ‘개방불가’만을 고집했던 것이 사실이다. 그러나 오로지 일본대중문화에만 굳게 빗장을 걸었을 뿐, 일본의 제도나 공산품류에 대해서는 너무나 쉽게 받아들였다. 이러한 이중적인 자세로 인하여 유익한 일본대중문화의 유입 대신에 퇴폐적이고 향락적인 문화가 비정상적인 유통경로를 통해 먼저 들어와 버젓이 우리 사회의 도처에 뿌리를 내리고 정착하게 된 것이다.

특히, 1990년대 말에 들어서는 인터넷의 발달로 인해 통제할 수 없는 사이버 공간 속에서 우리 청소년들은 일본대중문화를 손쉽게 접하며 그 문화에 심취해 가고 있는 것이 현실이다. 이러한 지금의 청소년들을 기성세대에서는 이해하려하기 보다는 자신들이 지니고 있는 가치관의 잣대만으로 무조건 비판하려 하였다. 한·일간의 역사적인 감정문제로 일본대중문화는 무조건 거부해야 한다는 식으로 인해 일본대중문화의 상당수가 왜곡되어 수입되었다.

세계의 각 문화가 상호 교류하며 하나의 문화로 이루어 가고 있는 이 시점에서 우리는 서구문화, 일본문화 등을 차별 없이 수용하여 우리의 정서에 맞게 걸러나가는 과정을 통해 양질의 문화를 향유해 나가야 할 것이다. 그러기 위해서는 우선 편견을 벗고 일본대중문화를 바라보는 자세를 가져야 하겠다.

---

8) 김찬호, 김지룡, 최영철, 『일본대중문화론』, 한국방송대학교 출판부, 2001, p4

## 제2절 일본대중문화의 특징

일반적으로 문화란 ‘삶의 양식’이라는 넓은 의미로 이해되며, 가치관이나 행동양식을 총괄하는 것을 말한다. 이에 대중문화는 이러한 문화 중에서 대중매체인 매스컴에 의해 형성되는 하위 문화적 성격을 지니는 것을 보통 매스컴에 의해 획일적으로 전도되기 때문에 유행성이 강하고 그것을 수용하는 사람의 의식을 배제한 채 일반적으로 강요되는 성격을 지닌다.<sup>9)</sup>

대중문화에 일본이라는 국명을 합하여 만들어진 일본대중문화는 두 가지 의미를 지닌다. 일본이라는 사회의 대중문화라는 의미와 일본에 의해 이루어지는 대중문화라는 것인데, 일본대중문화는 우리나라에 들어온 일본문화양식에 의해 형성된 외래문화의 일종이면서 하위 문화적 성격을 지니는 것으로 본다.

『일본대중문화사전』에 의하면 대중문화의 범주에 속하는 것으로서 영화, 연극, 종교, 건축, 광고, 출판, 만화, 신문, 방송, 연예, 운동, 스포츠, 축제와 이벤트, 가요곡, 팝뮤직, 대중음악, 장난감, 게임, 도박, 도시와 레저 공간, 소비와 유통, 주거, 패션, 식생활, 생활재, 성 풍속, 교제, 여행, 교통과 이동, 회사문화, 의식, 의약과 위생 등 44개 항목을 들고 있다. 그리고 이러한 대중문화와 밀접한 관련이 있는 것으로 앞에서 언급한 것처럼 대량생산·소비문화에서부터 민중문화·소비문화에 이르기까지 폭넓게 다루고 있다.

일본대중문화는 1960년대 고도성장을 거치면서 국민들의 뜨거운 성원을 등에 업고 발전을 거듭하다가 1980년대 접어들면서부터 성인문화와 아이돌문화로 양분되기 시작했고, 현재는 일본대중문화 전반에 걸쳐 아이돌문화가 생산이나 소비 면에서 성인문화를 압도하고 있다. 일본대중문화는 그 성장 과정 속에서 국민들과 함께 호흡한 특징이 있는데, 우리 사회에 알려져 있는 일본대중문화의 특징은 주로 선정성과 폭력성만 부각되고 있어 다소 의아한 부분이기도 하다.

---

9) 유영은, 「청소년들의 일본대중문화 수용태도에 대한 고찰」, 경남대학교 교육대학원 석사학위논문, 2003, p14

이러한 일본대중문화의 특징에 대해 김필동은 다음과 같이 정의하고 있다.

1. 일본대중문화는 일본의 고도경제성장과 더불어 융성하면서 항상 국민과 함께 호흡을 같이 하며 성장하고 발전해 왔다.
2. 일본대중문화는 일본사회로부터 매우 존중받는 세계로 자리 잡고 있다.
3. 일본의 대중문화계는 대중들의 욕구와 그들이 이 시대에 요구하고 있는 것이 무엇인가를 정확히 파악하여 그것을 적극적으로 반영함으로써 대중들의 확실한 지지를 이끌어내고 있다.
4. 일본의 대중문화계는 각 분야에서 스타의 계보를 형성하여 지속적으로 스타를 양산해 내고 있으며, 그 떠오른 스타를 통해 대중문화의 중단 없는 발전을 추구하고 아울러 그 지지기반을 재생산해 가는 특성을 갖고 있다.
5. 일본대중문화의 각 분야는 스타를 의식적으로 철저히 관리하는 시스템을 구축하고 있다.
6. 일본의 대중문화계를 대표하는 스타들은 자신의 분야에서 영광스런 일생을 마감하기를 원하고 있고, 국민들 또한 그것을 당연시 하고 있다.
7. 일본의 대중문화계는 일본 사회에 엄청난 경제적 파급효과를 미치고 있다.<sup>10)</sup>

이상과 같이 일본대중문화계는 우리에게서는 찾아보기 힘든 몇 가지 특징적인 사실들이 존재하는데, 이것은 어느 날 갑자기 이루어진 것은 아니고 그들의 문화나 관습 혹은 의식구조 속에서 오랜 시간을 거쳐 숙성되어 온 것임을 간과해서는 안 되며, 우리도 우리 나름의 룰을 갖고는 있지만, 일본대중문화가 갖고 있는 긍정적인 부분들을 한 번쯤 눈여겨 볼 필요가 있을 것이다.

---

10) 김필동, 『그때 일본은 울었다』, 새움, 2000, pp236~242

## 제Ⅲ장 일본대중문화의 개방과정 및 실태조사

### 제1절 일본대중문화의 개방배경

일본대중문화 개방 이후 닥쳐올 파장을 우리 정부가 애써 외면하면서까지 빚장을 푼 것은 결코 아니지만 사회 일각에서 제기된 많은 문제점들을 충분히 검토하지 않고 왜 예상보다 서둘러 개방에 착수하게 되었는가에 대해서는 짚고 넘어가야 할 몇 가지 현실적인 이유가 작용하고 있다.

첫째로, IMF의 경험으로 일본의 경제적 협력을 절실히 느끼고, 2002 월드컵 공동 개최를 성공시키기 위해서 일본과의 긴밀한 협력관계를 유지해야 하는 ‘국민의 정부’의 정치적인 고려를 들 수 있다.

둘째로, 이미 일본의 대중문화가 우리 사회에 깊숙이 침투되어 있다는 현실의식의 반영이다.

셋째로, 일본대중문화 개방을 계기로 취약한 우리 문화산업을 적극적으로 육성해야겠다는 정부의 의지가 나름대로 작용하고 있다는 점이다.

넷째로, 일본대중문화 개방에 대한 국민여론이 비교적 긍정적인 방향으로 바뀌고 있다는 사실이다.

이상의 현실인식을 바탕으로 우리 정부는 국내의 일부 비판적 여론을 무릅쓰고 일본의 대중문화를 받아들였고, 개방을 둘러싼 논란에 종지부를 찍었다. 이제 남은 과제는 우리 대중문화가 일본의 황금시장을 공략할 수 있는 문화상품을 개발해내고 외래문화 속에서 우리의 정체성을 어떻게 유지, 발전시켜나가 경쟁력을 확보할 것인가에 모아지고 있다.

아시아뿐만 아니라 우리 문화의 세계화 실현을 위해 정부의 새로운 문화정책이 각론을 통해 21세기 한국문화산업의 바탕을 확고히 다지는 문제부터 우리 정부와 국민이 지금 시점에서 무엇을 어떻게 해야 할 것인지를 다시 한 번 점검해보아야 할 때가 온 것이다.<sup>11)</sup>

---

11) 김필동, 전계서, pp53~61

## 제2절 일본대중문화의 개방과정

1965년 한일 국교 정상화 이후 33년 만에 이루어진 일본대중문화 개방은 그동안 인위적으로 제한해 온 양국의 문화교류가 이제 공식적으로 이뤄짐으로써 한·일 양국에 걸쳐 있었던 마지막 장벽이 제거된 셈이다. 그 동안 문화교류가 지연된 데는 여러 가지 이유가 있겠지만 우선 양국의 특수한 관계에 비추어 현실적으로 호혜·평등한 교류가 불가능하다는 인식이 지배하고 있었다는 점을 들 수 있고, 다음으로 자칫 문화교류가 문화산업을 둘러싼 치열한 시장쟁탈전으로 변질되어 버릴 공산이 크다는 우려가 작용했던 것이다.

이로 인해 우리 사회는 일본대중문화 개방이 가져올 부정적인 측면을 우려하는 목소리가 높았던 것이 사실이다. 그러나 ‘국민의 정부’는 반대나 우려의 목소리를 뒤로 한 채, 출범직후부터 일본대중문화 개방에 대한 문제를 긍정적으로 검토하기 시작했고, 곧이어 개방일정을 가시화하기 시작했다.

김대중 대통령은 마이니치신문과의 인터뷰에서 “일본문화의 유입을 막으면 좋은 문화는 오지 않고 폭력, 섹스 등 나쁜 문화가 침투된다.”고 하면서 “일본문화에 대한 수요가 있으니 개방해야 한다.”고 밝히고, 같은 달 나카소네 야스히로 전 일본 총리의 예방을 받은 자리에서도 “일본과의 문화교류를 해야 한다. 문화쇄국주의는 상대에게도 우리 자신에게도 좋지 않다.”는 견해를 피력하면서 대중문화 개방을 적극적으로 추진할 뜻을 일본 측에 강하게 내비쳤다. 그 후 새 내각의 출발과 함께 신낙균 문화부장관은 1998년 4월 김대중 대통령에게 업무보고를 하는 자리에서 일본대중문화 개방일정을 공식적으로 언급하기에 이른다. 이 때 신 장관은 대중음악의 경우는 공연→음반→방송, 영상의 경우는 영화→비디오→방송 등의 순으로 비교적 파급효과가 작은 분야부터 단계적으로 개방한다는 원칙을 밝혔다. 신 장관의 업무보고에서 나타난 것처럼 일본대중문화의 단계적 개방은 이미 정부의 방침으로 굳어져 있는 것으로 개방의 구체적 절차나 그 시기만이 남아있었던 것이다. 그 후 일본대중문화 개방에 대한 논의는 급류를 타게 되었고 김 대통령의 방일 일정이 잡혀지면서 초읽기에 들어가게 되었다.

## 1. 1차 개방 (1998년 10월 20일)

1차 개방에는 영화 및 비디오 산업과 출판 산업에서의 부분적인 개방이 이루어졌다. 영화 및 비디오 부문에서는 세계 4대 영화제(칸, 베를린, 베니스, 아카데미) 수상 영화, 한일공동제작 영화(20%이상 출자 등 영화진흥법상 요건을 충족하는 경우와 한국 영화인이 감독이나 주연으로 참여한 경우)가 개방되었고, 한국 영화에 일본배우의 출연이 허용되었으며 한·일 영화주간 개최가 인정되었다. 또한 영화 개방에 따라 국내에서 상영된 일본영화의 비디오 출시가 가능해졌다. 이에 따라 구로사와 아키라 감독의 <카게무샤>, 이마무라 쇼헤이 감독의 <우나기>, 기타노 다케시 감독의 <하나비>, 한일 공동으로 제작된 박 철수 감독의 <가족시네마> 등이 개방되었고, 출판 부문에서는 일본어판 출판만화와 만화잡지에 대한 개방이 이루어졌다. 전반적으로 매우 조심스럽게 이루어진 첫 번째 개방이었으며 그렇기 때문에 개방의 폭은 제한적일 수밖에 없었다.

## 2. 2차 개방 (1999년 9월 10일)

1차 개방이 이루어진지 채 1년이 되지 않아 2차 개방이 이루어졌다. 2차 개방의 특징은 1차 개방에서 제한적으로 이루어졌던 영화 및 비디오 부문의 개방 폭을 확대하고 새롭게 일본대중가요의 공연을 제한적이거나 허용한 데 있다.

영화 부문에서는 4대 국제영화제 수상작 이외에 유입 가능한 영화의 범위를 공인된 70여개 영화제의 수상작으로 확대하였으며, 영상물 등급위원회가 ‘전체 관람 가’로 인정한 영화의 개봉도 가능하게 하였다. 다만, 극장용 애니메이션은 제외되었으며, 비디오 부문은 1차 개방과 마찬가지로 극장에서 상영작만을 출시하여 영화부문과의 보폭을 유지하였다. 이에 따라 <나라야마 부시코>, <러브레터>, <링>, <소나티네>, <철도원>, <그림 속 나의 마을>, <사무라이 픽션>, <감각의 제국>, <엑기>, <4월 이야기>, <쌍생아>, <웰 위 댄스>, 그리고 한일 합작 애니메이션 <건드렌스> 등이 개봉되었다.

새롭게 포함된 공연 부문은 2,000석 이하 규모의 실내공간에서 대중가요 공연이 허용되었다. 다만, 이러한 공연이 식품위생법령에 의한 식품접객업소, 곧 휴게 음식점, 일반 음식점, 단란주점, 유흥주점에서 이루어지는 것은 허용하지 않았으며 공연 실황을 방송, 음반 및 비디오로 제작하여 판매하는 행위는 허용되지 않았다.

### 3. 3차 개방 (2000년 6월 27일)

단계적인 개방조치의 무리 없는 진행으로 자신감을 얻은 정부는 2000년 6월 27일 3차 개방을 통하여 상당히 포괄적인 개방을 시행하였다. 영화와 비디오 부문의 개방은 거의 완전 개방에 가까운 수준으로 '18세 이상 관람 가' 영화를 제외한 모든 영화의 상영과 비디오 출시가 허용되었고, 애니메이션은 국제영화제 수상작의 경우에만 극장용 애니메이션도 개봉이 가능하게 되었다.

대중가요 공연은 제한 없이 전면 개방되어 2000년 8월26일, 27일 양일간 서울 잠실 올림픽공원 내 체조경기장에서 CHAGE & ASKA의 콘서트가 열려 대성황을 이루었다. 이와 함께 극장용 애니메이션, 일본어 가창음반을 제외한 나머지 음반과 게임기용 비디오 게임물을 제외한 나머지 게임물이 개방에 포함되었고, 방송 부문에서도 매체의 구분 없이 스포츠, 다큐멘터리, 보도 프로그램의 방송이 허용되었다.

또한 지상파가 아닌 케이블TV, 위성방송 같은 '뉴미디어'에 한해서는 국내개봉 일본영화 가운데 '전체 관람 가'영화와 국제영화제 수상작 애니메이션의 방영이 허용되었다. 결국 1, 2차 개방이 제한적인 부문의 개방이었다면 3차 개방은 포괄적인 개방정책으로의 변화를 의미하는 것이라고 할 수 있다.

3차 개방 직후 국내에는 일본대중문화 열풍이 불어 일본음반이나 잡지가 젊은이들 사이에 인기리에 판매되었다. 『동아일보』<sup>12)</sup>에 의하면 “일본 영화 「러브레터」, 「철도원」 등은 이미 한국인이 좋아하는 영화목록에 올랐고, 구라모토 유키와 사카모토 류이치의 음반이 레코드점에서 인기리에 팔린다. 지하철에서는 스즈키 코지의 소설 『링』을 읽는 사람을 쉽게 찾을 수 있고, 일본어 학원에서는 「러브

---

12) 『동아일보』 2000. 8. 11

제너레이션」, 「롱 버케이션」, 「뷰티풀」 등 인기 TV드라마를 감상할 수 있다.”라고 하였다.

#### 4. 개방 중단 (2001년 7월 12일)

포괄적인 개방정책으로 평가되는 3차 개방 이후, 2002 한·일 월드컵 개최 등으로 한·일간 우호적인 분위기가 조성되어 보다 폭넓은 개방이 예상되었다. 한·일 문화 관계자들은 이렇게 매년 확대되어지는 개방 폭에 비추어 2002년 즈음에는 완전 개방까지 예상하고 있었다. 그러나 일본 고이즈미 총리의 야스쿠니 신사참배, 일본 우익의 역사교과서 왜곡 등으로 일본에 대한 국민의 부정적 여론이 높아져 일본 대중문화에 대한 추가개방이 취소되었다.

당시의 김한길 문화관광부 장관은 2001년 7월 12일 오후 긴급 기자회견을 갖고 추가로 개방하기로 한 일본어 가창음반, 오락 TV 방송 (쇼, 드라마), 18세 이상 성인용 비디오, 영화, 가정용 게임기, 애니메이션, 공중파 방송, 영화 방영 등의 개방 일정 중단을 선언했다. 일련의 개방조치와 중단에 따른 일본대중문화 개방과 미 개방 현황을 정리해 보면 다음과 같다.

미 개방된 영역은 ‘18세 이상 관람 가 영화’, ‘국제 영화제 비(非)수상 애니메이션’, ‘국내 비(非)상영 영화 및 애니메이션 비디오’, ‘성인용 비디오’, ‘일본어 가창음반’, ‘게임기용 비디오 게임’, ‘오락용 방송 프로그램’이다.

결국 만화, 대중가요 공연은 전면 개방되었고, 영화는 성인용을 제외하고는 전면 개방된 것과 다름없다. 음반과 게임은 상당부분 개방되었으며, 상대적으로 방송 프로그램, 애니메이션, 비디오 부문에서 미 개방된 영역이 많다.

이와 같은 일본대중문화 개방의 중단조치에 대해서는 한국 내에서도 엇갈린 반응이 나왔다. 튜브 엔터테인먼트, AFDF, 대원C&A, 동아수출, 스타맥스, 하나미디어 등의 수입사들은 2002년 월드컵을 앞두고 완전개방이 이루어질 것으로 기대하고 수 십여 편의 판권을 확보해 왔으나 이러한 조치로 인해 일부 수입사는 심각한 타격을 입게 되었고, 이에 따라 개봉 시기를 고려해 왔던 수입사들은 일본의 역사교



과서 왜곡 파문과 개방 중단 조치로 반일감정이 고조될 것으로 예상해 개봉을 연기할 예정이다.

한편 제작사에서는 3차 개방 이후 봄을 이루고 있는 한·일 합작 움직임이 주춤해질까봐 우려하고 있다. 이와 함께 ‘쉬리’, ‘공동경비구역 JSA’ 등으로 고조되고 있는 한국영화의 일본시장 진출에 부정적 영향이 있지 않겠느냐는 분석이 제기되고 있다. 그리고 영화, 비디오, 음반의 불법 유통이 극성을 부릴 것이라는 우려의 목소리도 높다. 정부차원의 개방중단 결정과 관계없이 민간 차원의 합작영화 제작과 방송교류는 지속적으로 이뤄져야 한다는 주장도 제기되고 있다.<sup>13)</sup>

#### **5. 4차 개방 (2004년 1월 1일)**

정부는 2003년 6월 한·일 정상회담에서 ‘일본대중문화 개방의 확대’를 표명한 후, 4차 개방 계획안을 마련하여 영화, 음반, 게임 부문은 전면 개방하고, 쇼, 오락 등 일부 방송 프로그램과 극장용 성인 애니메이션은 2년간의 유예기간을 거쳐 2006년에 전면 개방하기로 했다. 지상파 방송은 기존에 개방된 스포츠, 다큐멘터리, 보도 프로그램에 이어 생활정보 등 교양 프로그램을 추가로 개방하였으며, 드라마는 양국 공동 제작물만 방송 가능하고, 대중가요는 국내에서 열리는 일본가수의 공연을 중계하거나 일본가수가 국내방송에 출연해 부르는 노래만 가능하게 되었다.

한편 케이블 TV 및 위성방송의 경우에는 교양, 영화, 극장용 애니메이션, 일본어 가창을 전면 개방하였고, 드라마는 모든 연령, 7세 이상, 12세 이상 시청 가 등급 드라마와 한·일 공동제작 드라마 등 부분적으로 개방이 이루어졌다.

#### **6. 5차 개방 (2006년 1월 1일)**

극장용 애니메이션이 전면개방 되었고, 방송은 확대개방 됨으로써 사실상 전면개방이 이루어졌다고 볼 수 있다.

---

13) 『경향신문』 2001. 7. 16

<표 1> 일본대중문화 개방 현황

부 문	1차~3차 개방 범위	4차 개방범위	비 고
영 화	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 4대 국제영화제(칸·베니스·베를린·아카데미) 수상작, 한일공동제작영화, 한국영화에 일본배우출연 허용 및 한일영화주간 개최(1차 / '98년)</li> <li>○ 공인된 국제영화제 수상작, 영상물등급위원회가 인정하는 “전체관람 가” 영화(2차 / '99년)</li> <li>○ 영상물등급위원회가 인정하는 “12세 관람 가”, “15세 관람 가” 영화(3차 / '00년)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ “18세 관람 가” (성인용 영화)</li> </ul>	전면개방
극장용 애니메이션	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국제애니메이션영화제를 포함한 각종 국제영화제 수상작(3차)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 개방 유예</li> </ul>	전면개방 (2006. 1. 1)
비디오	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 개방대상 일본 영화와 애니메이션 중 국내에서 상영된 작품의 비디오 ※ 1·2·3차 영화(애니메이션 포함) 개방시 비디오 연계 개방</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 4차 개방 대상 일본 영화중 국내에서 상영된 작품의 비디오</li> </ul>	※영화, 극장용 애니메이션 개방과 연동
대중가요 공연	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 2000석 이하 규모 실내장소에서의 공연(2차)</li> <li>○ 실내외 구분 없이 전면개방(3차)</li> </ul>	전면개방	
음 반	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 일본어 가창 음반을 제외한 음반(3차) (연주음반, 제3국어 가창음반, 한국어 번안음반 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 일본어 가창음반</li> </ul>	전면개방
게 임	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 게임기용비디오게임물을 제외한 게임물(3차) (PC게임물, 온라인게임물, 업소용 게임물 등)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 게임기용비디오게임물 (플레이스테이션, 드림캐스트, 닌텐도 등)</li> </ul>	전면개방
방 송	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 매체 구분 없이 스포츠, 다큐멘터리, 보도프로그램의 방송 허용(3차)</li> <li>○ 케이블 TV 및 위성방송의 경우 공인된 국제영화제 수상작과 전체 관람 가 영화로서 국내 개봉작 방영 허용(3차)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 케이블TV·위성방송                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 교양, 영화, 극장용 애니메이션, 일본어가창 : 전면 개방</li> <li>- 드라마 : 부분 개방</li> <li>- 기타 오락 : 미 개방</li> </ul> </li> <li>○ 지상파방송                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 교양, 영화 : 전면개방</li> <li>- 일본어가창, 드라마 : 부분 개방</li> <li>- 극장용 애니메이션, 기타 오락 : 미 개방</li> </ul> </li> </ul>	확대개방
만 화	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 일본어판 출판만화, 만화잡지(1차)</li> </ul>	전면개방	

자료 : 문화관광부<sup>14)</sup>

### 제3절 일본대중문화의 분야별 유입 실태

일본대중문화 개방조치에 따라 유입된 일본대중문화는 부문별로 다른 특성을 보이고 있다. 이것은 부문별로 개방 폭이 다르고 한국대중문화의 부문별 성장정도가 다른데서 기인한 결과이다.

일본영화는 3차 개방 이후 그다지 흥행에 성공하지 못하였으나 애니메이션은 상당한 흥행성공을 거두고 있다. 비디오는 2000년 이후 48편 정도가 출시되어 약48%대의 시장점유율을 보이고 있으며, 음반은 일본어 가창 음반이 개방 된지 얼마 되지 않아 유입정도가 미비하다. 게임은 비디오 게임기(하드웨어)의 국내 시판에 따라 국내 비디오게임 시장 규모를 급성장 시키고 있다.

한편 방송 프로그램은 개방 첫 해인 2000년에 상당히 유입되었으나 2002년에는 다큐멘터리를 제외하고는 수입이 되지 않았다. 이와 같은 일본대중문화의 국내유입 실태를 부문별로 살펴보면 다음과 같다.

#### 1. 영화

일본대중문화 1차 개방조치 이후 2006년까지 개봉된 일본영화(극장용 애니메이션 포함)는 총 170여 편이다. 1998년에 「하나비」를 시작으로 2편이 개봉되었으며, 1999년에 4편, 2000년에 24편, 2001년 24편, 2002년 13편, 2003년 18편, 2004년 28편, 2005년 25편, 2006년 35편이 개봉되었으며, 시장점유율(서울시장 기준)은 1999년 3.1%, 2000년 7.4%로 최고조에 달했으나 2001년 1.4%, 2002년 3.2%, 2003년 2.9%, 2004년 2.1%, 2005년 2%, 2006년 2.4%로 점점 감소하는 추세를 보이고 있다.

<표 2> 일본 영화 개봉 편 수 및 시장 점유율

년도	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
편 수	4	24	24	13	18	28	25	35
점유율	3.1%	7.4%	1.4%	3.2%	2.9%	2.1%	2%	2.4%

14) 문화관광부(www.mct.go.kr) : 문화관광에 대한 사무를 관장하는 중앙행정기관

완전개방이 이루어진 이후에도 국내에서 크게 주목받는 일본영화는 거의 없다. 이처럼 일본영화의 개방은 한국영화시장을 잠식하지도 않았고, 한국영화시장을 확대시키지도 않은 것으로 보인다.

지금까지의 일본영화 흥행추이를 보면, 국내 흥행코드에 맞는 작품을 제외하고는 그다지 성공하지 못했다. 일본영화가 흥행에서 실패한 가장 큰 이유는 한국영화의 성공과 관련이 있는 듯하다. 일본영화개방 이후의 한국영화 점유율(전국관객기준)을 살펴보면 1998년 25.1%에서 1999년 39.7%, 2000년 35.1%, 2001년 50.1%, 2002년 48.3%, 2003년 53.5%, 2004년 59.3%, 2005년 58.7%, 2006년 63.8%에 이르는 등 점점 증가하는 추세를 보이고 있다. 이 때문에 당초 우려되었던 일본문화개방으로 인한 한국영화의 점유율 잠식은 한국 영화의 흥행성공에 힘입어 무시할 수 있을 정도이며, 결국 일본영화의 개방으로 인해 잠식당한 부분은 한국영화가 아니라 주로 직배된 미국영화와 유럽, 홍콩 등 기타국가의 영화라고 볼 수 있다.

그러면 여기서 한국에서 개봉된 일본영화의 부진 원인에 대해 몇 가지 살펴보기로 하겠다.

첫째, 일본 특유의 아기자기하고 잔잔한 진행은 「러브레터」 같은 일부 멜로 영화를 제외하고는 정서상으로 미묘한 차이가 있어 한국관객들에게 큰 감흥을 불러일으키지 못했다. SF영화나 호러영화의 경우에도 뛰어난 특수효과와 독창적인 아이디어에 비해 결과는 시시하다는 평을 듣고 있다.<sup>15)</sup>

둘째, 할리우드영화에 길들여진 우리 관객들에게 일본영화는 스케일이나 완성도에서 할리우드에 뒤져 특별한 흥미를 유발시키지 못하고 있다.

셋째, 한국영화의 흥행호조와 잇따른 국제영화제 수상으로 인기가 날로 높아지고 있어 일본영화는 한국영화의 경쟁대상이라기 보다는 외화의 경쟁상대가 되어버렸다는 점이다.

마지막으로, 초고속 통신망으로 대표되는 발달된 통신 인프라를 가진 한국의 특수한 상황이다. 일본영화들은 국내에 개봉되기도 전에 동영상 파일로 불법 복제되어 각 중 파일공유 프로그램을 통해 퍼져나간다. 이 때문에 그나마 얼마 되지 않는 일

---

15) 이희용, '일본대중문화 4차 개방 그 후', 『신문과 방송』 400호, 2004년 4월, pp82~85

본영화 팬들마저 극장을 찾을 이유를 잃게 된 것이다.

<표 3> 서울 관객 10만 이상의 일본영화

영화명	개봉일	관객 수(명)
러브레터	1999 .11. 20	670,000
철도원	2000 .02. 04	226,000
사무라이 픽션	2000. 02. 19	236,500
감각의 제국	2000. 04. 01	150,000
4월 이야기	2000. 04. 08	142,000
웰위댄스	2000. 05. 13	265,000
춤추는 대수사선	2000. 07. 22	289,000
링2	2000. 07. 29	126,000
으랏차차 스모부	2000. 10. 14	154,000
웰컴미스터맥도날드	2000. 12. 02	141,900
포켓몬스터-뮤즈의 역습	2000. 12. 23	186,800
이웃집 토토로	2001. 07. 28	128,900
센과 치히로의 행방불명	2002. 06. 28	937,459
비밀	2002. 10. 11	182,130
주온	2003. 06. 27	359,000
고양이의 보은	2003. 08. 08	243,220
주온2	2003. 09. 05	173,000
냉정과 열정사이	2003. 10. 10	129,723
작신아리	2004. 07. 09	116,144
세상의 중심에서 사랑을 외치다	2004. 10. 08	182,607
하울의 움직이는 성	2004. 12. 23	557,145
일본침몰	2006. 08. 31	245,740
데스노트	2006. 11. 02	205,035
데스노트-라스트네임	2007. 01. 11	150,881

자료 : 영화진흥위원회<sup>16)</sup>

16) 영화진흥위원회(www.kofic.co.kr) : 한국영화와 영화산업의 진흥을 위한 기관

한편 영화 부문에서 주목할 만한 현상은 한국영화와 한·일 합작영화를 통한 일본 자본의 국내진출이다. 2000년 일본에서 개봉된 「쉬리」와 「공동경비구역 JS A」의 흥행성공을 계기로 한국영화와 합작영화에 대한 일본자본의 투자가 이루어지고 있다. 예를 들어 2001년 11월에 개봉된 「고 GO」의 경우 국내 <스타맥스>가 제작비 20%를 출자하였고, 일본 메이저 영화사인 <도에이사>가 나머지 전액을 투자하였다. 2002년에 개봉된 「서울」의 경우는 일본 메이저 영화사인 <도호>가 전액 출자하여 제작한 사례이며, 2003년 5월에 개봉된 「케이티 KT」는 <씨네과논사>와 <본엔터테인먼트사>가 합작투자자로 제작된 영화이다.

일본영화가 국내에 처음 개봉되기 시작한 것은 1998년 12월 5일로 그 첫 작품은 기타노 다케시 감독의 「하나비」이다. 기타노 감독이 극도의 절제된 대사와 깊은 통찰력으로 삶과 죽음, 절망과 희망, 사랑을 강조하고 있는 이 작품은 감독이 94년 죽음 직전까지 갔던 오토바이 사고 경험으로부터 영감을 얻어 만들었다. 삶에서 예기치 않게 닥치는 불의의 사고, 거기서 빚어지는 뜻하지 않은 결과를 통해 삶과 죽음의 문제를 명상적으로 그렸다. 이처럼 삶과 죽음에 대한 고찰을 다양한 에피소드 안에 녹여 낸 「하나비」가 97년도 베니스 영화제에서 금사자상을 수상하기도 했지만 국내에서는 그다지 큰 호응을 얻지 못했다. ‘「하나비」개봉 날 예상보다 한산’이라는 제목의 『조선일보』 17)기사에서 “개방 1호라는 프리미엄에, 감독 기타노 다케시의 인지도, 높은 작품성과 현대극이라는 이점이 겹쳐, 상당한 관객을 불러 모을 것이라던 예측은 빗나갔다.” “종로 일대 극장가만 보아 「하나비」 관객은 개봉 4주째인 한국영화 「약속」보다 적었다.”고 했다.

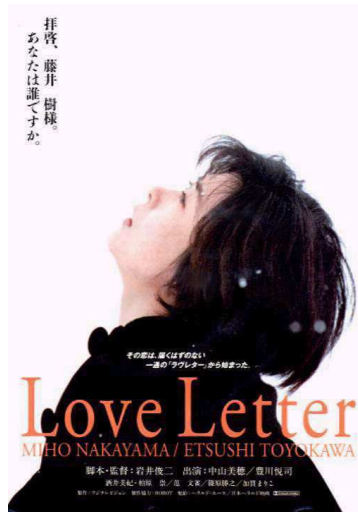
그 다음해인 1999년 5월에 개봉된 작품이 이마무라 쇼헤이 감독의 「우나기」이다. 이 영화 또한 그다지 큰 호응을 얻지 못했다. 그러나 이처럼 일본영화에 대한 국내 팬들의 반응이 시원치 않은 가운데 개봉한 이와이 순지 감독의 「러브레터」는 1999년 11월 20일 개봉 이후 그 다음해 까지 걸쳐 상영되면서 국내에서 개봉된 일본영화 중 최고의 흥행기록을 남기게 되었다.

감성적인 멜로가 연말의 감상적인 분위기와 맞물려 젊은 연인 관객들을 많이 확

---

17) 『조선일보』 1998. 12. 6

보하기도 했지만, 「러브레터」는 스토리에 재미가 있다. 회상에 잠긴 한 여성과 또 다른 여성이 ‘기억’을 매개로 얽히며 펼쳐지는 내용은 국내 영화팬들을 사로잡았으며 일본 영화는 재미가 없다는 인식을 전환시켰다. 일본영화 개방이후 여러 일본영화가 국내에 개봉되기 시작했지만 「러브레터」처럼 폭발적인 흥행성적을 올린 영화는 없었다. 『스포츠조선』<sup>18)</sup>의 기사에 의하면 “지난 20일 개봉된 이와이 슌지 감독의 일본영화 「러브레터」가 극장가에서 흥행돌풍을 일으키고 있다. 이미 지난 6월 리서치 결과에서 일본영화중 ‘가장 보고 싶은 영화’ 1위와 ‘다시 보고 싶은 영화’ 1위로 나타났는데, 그것을 입증하듯 개봉 주말 서울에서 8만 5천명을 동원했고 27일 현재 30만 명을 돌파, 흥행가도를 질주하고 있다. 평일 객석 점유율도 45%를 상회하는 기록을 보이자 개봉관 24개 외에 복합상영관들이 추가로 스크린을 확보하는 현상까지 벌어지고 있다. 「러브레터」의 주 관객층은 10대와 20대 초반. 그중 70%가 ‘봤지만 다시 한 번 극장에서 보고 싶어서’ 라는 분석도 나왔다. 「하나비」, 「카게무샤」 등 관심과 기대 속에 국내 개봉된 일본영화들의 흥행 저조와는 달리 「러브레터」는 일본영화의 흥행신화를 창조해가고 있다.”고 했다.



<그림 1> 「러브레터」

그 후 2000년에는 관객들의 웃음을 자아내는 영화로 「Shall We Dance?」, 「으

18) 『스포츠조선』 1999. 11. 29

랏차차 스모부」, 「웰컴 미스터 맥도날드」 등이 개봉되어 인기를 끌었고, 2001년과 2002년에는 애니메이션에 밀려 잠시 주춤하다가 2003년에 개봉된 미스터리 호러영화 「주온」과 「주온2」가 큰 인기를 모았다. 그 후로 2004년에는 「세상의 중심에서 사랑을 외치다」가 개봉되어 히라이 켄이 부른 주제곡 『瞳を閉じて』(눈을 감고)와 더불어 많은 사랑을 받았고, 2006년에는 「일본침몰」이, 2007년에는 「테스노트」가 서울관객 20만 명을 넘기면서 일본영화의 건재함을 보여주었다.

## 2. 애니메이션

우리가 어린 시절 즐겨 보던 TV만화 영화를 비롯해 많은 작품이 일본 것이라는 사실은 이미 많은 사람들이 알고 있다. 한국의 애니메이션이 일본 애니메이션에 뒤처지고 있다는 사실이 못내 안타까우면서도 이러한 일본 애니메이션의 개방은 국내의 많은 마니아들에게는 기쁜 소식이 아닐 수 없었다. 그동안 좋지 않은 화질의 불법 유통 비디오로만 볼 수 있었던 것들을 대형스크린에서 좋은 화질과 좋은 음질로 감상할 수 있는 기회가 온 것이기 때문이다.

『스포츠서울』<sup>19)</sup>에서는 ‘일본 애니메이션이 드디어 온다.’의 특집에서 “제3차 일본 대중문화 개방조치로 해외영화제 수상작에 한해 재패니메이션의 국내개봉이 가능해짐에 따라 세계 최고 수준을 자랑하는 일본 애니메이션들이 대거 국내 극장가에 진출, 관계자들을 바짝 긴장시키고 있다.” “1년이 지난 일본영화 개방의 결과는 무려 10%대의 시장 점유율로 나타나고 있다. 이제 우리 영화계는 관객들의 무조건적인 애국심에 호소하기보다는 작품성과 흥행성으로 ‘진검승부’에 나서야 할 때다”라고 평했다.

일본의 애니메이션은 재패니메이션이라고 불릴 만큼 세계시장에서도 막강한 파워를 가지고 있다. 극장용 애니메이션의 경우 3차 개방조치 이후, 장편 25편이 수입되었는데 그 중에서도 특히 2004년에 개봉한 「하울의 움직이는 성」은 전국관객 300만 명을 동원하여 역대 일본영화 최고의 흥행기록을 세웠으며 2002년 개봉한

---

19) 『스포츠서울』 2000. 8. 18



「센과 치히로의 행방불명」이 서울 기준 93만 명(전국 관객 200만 명)의 관객을 동원한 것을 비롯하여 2003년의 「고양이의 보은」이 24만 명, 「포켓몬스터」가 18만 명, 「이웃집 토토로」가 13만 명을 동원하는 등 일본 애니메이션의 영향력을 입증하였다. 그러나 국내에서도 상당한 마니아층을 형성하고 있는 『지브리 스튜디오』의 작품 중 「모노노케 히메」, 「붉은 돼지」, 「천공의 성 라퓨타」, 「폼포코 너구리 대작전」 등은 일본대중문화 개방 이전에 이미 불법 유통된 비디오나 다운로드 등으로 많은 사람들이 보아서 인지 관객을 동원하는 데는 실패하였다.

그러나 사실 영화시장과 달리 극장용 애니메이션의 경우, 국내시장의 취약성으로 아직까지 단순비교 자체가 어렵다. 3차 개방 이후 국내 애니메이션 산업을 육성하기 위한 시도는 계속되고 있으나, 아직까지 국제적 수준의 작품은 만들어지지 못하고 있기 때문이다. 이 기간 동안 개봉된 한국 애니메이션은 「더 킹」, 「별주부 해로」, 「런덤」, 「마리아야기」 등이었다. 이 중 「마리아야기」만 5만 명 이상의 관객을 동원하였을 뿐 나머지 작품은 흥행에 실패하였다.



<그림 2> 「하울의 움직이는 성」

<표 4> 일본 애니메이션 개봉 현황

제목	개봉일	등급	관객 수(서울)
무사쥬베이	2000. 09. 30	18세	12,000
인랑	2000. 12. 09	15세	29,000
<b>포켓몬스터-뮤즈의 연습</b>	2000. 12. 23	전체	<b>186,000</b>
바람계곡의 나우시카	2000. 12. 30	전체	59,400
<b>이웃집 토토로</b>	2001. 07. 28	전체	<b>128,900</b>
포켓몬스터2	2001. 08. 11	전체	20,600
공각기동대	2002. 04. 12	12세	12,609
<b>센과 치히로의 행방불명</b>	2002. 06. 28	전체	<b>936,250</b>
메트로폴리스	2003. 01. 17	전체	2,796
모노노케 히메	2003. 04. 25	전체	91,284
<b>고양이의 보은</b>	2003. 08. 08	전체	<b>243,220</b>
카우보이 비밥	2003. 10. 03	12세	3,976
붉은 돼지	2003. 12. 19	전체	26,341
천공의성 라퓨타	2004. 04. 30	전체	24,173
퍼펙트 블루	2004. 05. 26	18세	103
<b>하울의 움직이는 성</b>	2004. 12. 23	전체	<b>557,145</b>
유희왕	2005. 04. 01	전체	43,159
폼포코너구리 대작전	2006. 04. 28	전체	17,219
폭풍우 치는 밤에	2006. 02. 09	전체	70,865
개구리중사케로로 :최종병기 키루루	2006. 05. 04	전체	10,846
포켓몬 레인저와 바다의 왕자 마나피	2006. 07. 20	전체	43,093
게드전기	2006. 08. 10	전체	86,991
원피스-기계태엽성의 메카리병	2006. 10. 26	전체	13,469

자료 : 영화진흥위원회

### 3. 비디오

비디오 시장은 아직까지 정확한 통계가 생산되지 않고 있다. 따라서 현재 입수 가능한 통계치를 기준으로 살펴보면, 2000년 이후 일본비디오의 한국 내 점유율은 영화시장과 별 차이가 없다. 전체 48편의 극장 개봉작이 비디오로 출시되어 총판매량이 68만장, 매출액은 167억 9천만 원 정도였으며, 시장 점유율은 약 4%이다.

작품 당 평균 판매량은 1만 4천여 장이었으며, 애니메이션인 ‘센과 치히로의 행방불명’이 5만장, ‘이웃집 토토로’가 3만 5천장으로 가장 많이 판매되었다.

비디오 판매량은 3차 개방 초기인 2000년에 수입된 작품들이 2001년, 2002년에 비해 상대적으로 높은 판매고를 올린 것으로 나타났다. 이것은 극장 개봉과 비디오 출시에 있어 일시적인 일본영화에 대한 관심도의 집중화가 낳은 결과로 보인다.

이 기간 동안 가장 높은 판매고를 올린 작품은 극장 흥행과 비슷하게 애니메이션 ‘센과 치히로의 행방불명’, ‘이웃집 토토로’, ‘포켓몬스터’ 등이었다. 극영화 가운데는 ‘춤추는 대수사선’, ‘링2’ 등의 판매량이 많았다.

3차 개방 이후의 일본영화의 비디오 판매량은 전반적으로 저조한 편이다. 이것은 극장 흥행과 맥을 같이 하는데, 국내 유통시장 특성에 따라 극장에서 성공하지 못한 작품은 비디오 시장에서도 큰 성공을 거두기 힘들었다. 또한 3차 개방에서 애니메이션을 국제영화제 수상작에 한해 국한시킴으로써 비디오 시장도 그에 따라 성공할 만한 작품의 수량 자체가 적어질 수밖에 없는 것이다. 현실적으로 한국 비디오 시장에서 인기를 끌만한 일본작품은 미 개봉 애니메이션과 ‘18세 이상 관람 가’의 극영화다.

최근 한국 비디오 시장규모는 1990년대 중반 이후 매년 20%정도 감소하고 있다. 극장 흥행에 성공한 영화 위주로 시장이 형성되고, 종전 대여시장의 고객들이 감소하는 현상이 이어지고 있기 때문이다.

#### 4. 대중음악

제4차 일본대중문화 개방은 점진적 개방을 거쳐 온 일본 대중가요가 일본어 가장 음반의 전면 허용으로 완전히 빗장을 제거하게 되었다는 점에서 큰 의미를 지닌다.

전국의 주요 레코드숍에서는 J-POP(일본 대중가요의 별칭)이라는 일본음반 특별 코너를 마련해 일본어 재킷에 일본어 가사가 적힌 일본음반들을 진열하고 있다.

2004년 1월 1일 제4차 일본대중문화 개방을 축하하는 한·일 합동 콘서트를 펼쳤던 록밴드 튜브의 베스트 앨범을 시작으로 정상의 R&B 솔로가수 히라이 켄, 남성 듀오 CHAGE & ASKA, 3인조 발라드 그룹 닌, 정상급 여가수 우타다 히카루와 미샤, 나카시마 미카, 아이돌 댄스 그룹 윈즈, 톱 여가수 아무로 나미에, 일본의 대표적 혼성그룹 dreams come true, 그룹 안전지대 등의 앨범이 잇따라 발매되었다.

그러나 이처럼 많은 앨범들이 앞 다투어 한국에 상륙했지만 음반 시장의 침체와 한국 대중가요의 강세가 맞물리면서 큰 센세이션은 없었다는 것이 대체적인 평가이다. 특히 지상파 TV가 아직까지 일본가요를 자유롭게 방송하지 못하기 때문에 큰 파장이 일지 않고 있다는 해석도 설득력을 얻고 있다.

현재는 일본가수가 국내방송에 출연해 일본어로 노래하거나 국내 공연 실황의 경우에 한해 지상파 방송이 가능하다. 그러나 전면 개방된 케이블 위성의 경우에는 J팝 전문 프로그램이 앞 다투어 신설되었다.

일본음반은 외국음악인 팝 시장을 통해 판매량이 집계되고 있다. 음반 산업협회에 따르면 1월 팝 차트 집계에서 20위권에 든 앨범은 11위인 아이돌 그룹 윈즈와 19위인 여가수 미샤의 싱글 컬렉션 등 단 두 장에 불과했다. 그러나 2월 집계에서는 컴필레이션 앨범인 'J팝 베스트 앨범'이 1만 장에 육박하면서 2위를 차지하는 등 조금씩 상황이 나아지고 있다.

음반사들의 집계에 따르면 1만장 이상 팔린 앨범은 나카시마 미카의 '러브', 'X-제팬 베스트' 등 40여 장의 앨범 중 10개가 채 되지 않는다. 그 중에서도 보아와 동방신기의 앨범이 60% 이상을 차지하고 있는 것은 재미있는 현상이다. 그럼에도 일본 가수들의 음반 홍보 및 공연을 목적으로 한 내한도 활발히 이뤄지고 있는 가운데

데 관록의 록밴드 제이워크와 발라드 그룹 딘, 크로스 오버, 뉴에이지 프로젝트팀 이마주, 아카펠라 그룹 고스페라즈, 기타리스트 호테이 도모야스 등이 잇따라 내한했다. 톱 여가수 아무로 나미에의 첫 내한 공연은 막강한 자본과 첨단장비들을 동원한 초대형 공연이었으나 첫날은 객석의 2/3도 차지 않고 티켓이 헐값에 팔리는 등 생각보다 저조한 실적이었다. 또한 한국 기획사의 미비한 운영으로 공연이 한 시간이나 지연되는 등 많은 시행착오가 있었다.

이처럼 일본 음반의 한국 진입이 수월하지 못한 데는 두 가지 요인을 들 수 있다. 하나는 앞에서 말 한 바와 같이 한국음반시장에서 가요의 비중이 매우 높다는데 있다. 2002년 말 기준으로 국내 음반시장은 전체 3,500억 원 규모이며, 이 가운데 가요가 차지하는 비중이 2,500억 원 이상이다. 가요시장은 <도레미 레코드>, <SM 기획>, <대영AV>등 대규모 기획사들이 10대 취향의 아이돌스타를 배출하면서 성장세를 이어가고 있다.

다른 하나는 방송 프로그램이 개방되지 않아서 일본음반의 한국시장 진입이 다소 어렵다는 점이다. 현재 국내에는 후지TV 계열사인 <포니캐닌 코리아>를 비롯하여 일본 메이저 음반 기획사인 <소니뮤직코리아>, <AMUSE 코리아>등이 진출해 있다. 또한 <후지TV> 와 <에이벡스> 그리고 <쟈니스>의 국내진입이 가시화된 상황이다. 한편, 대중음악 공연의 구체적인 진입실태는 매우 미약한 정도이다.<sup>20)</sup>

2004년 1월 1일 4차 개방 이후 국내에서 발매된 일본음반 중 1만 장 이상의 판매고를 올린 음반들을 살펴보면 <표 5>와 같다.

---

20) 최정은, 「일본대중문화 개방영향 분석 및 전망」, 중앙대학교 석사학위논문, 2004, pp30~32

<표 5> 국내에서 1만 장 이상 판매된 일본음반

앨범 타이틀	장르	연주자	출시일	판매량
LOVE	J-POP	NAKASHIMA MIKA	2004.01.19	36,984
666	J-POP	HYDE	2004.01.19	12,510
BEST OF X	J-POP	X-JAPAN	2004.01.26	10,865
VALENTI	J-POP	보아	2004.02.24	17,958
LISTEN TO MY HEART	J-POP	보아	2004.03.03	13,189
LOVE&HONESTY	J-POP	보아	2004.04.06	19,830
하울의 움직이는 성	O.S.T	JOE HISAISHI	2004.12.15	24,147
OUTGROW	J-POP	보아	2005.02.15	14,757
BEST OF SOUL	J-POP	보아	2005.02.22	37,604
MUSIC	J-POP	NAKASHIMA MIKA	2005.03.14	11,656
Stay With Me Tonight	J-POP	동방신기	2005.05.10	28,298
Somebody To Love	J-POP	동방신기	2005.07.13	24,413
My Destiny	J-POP	동방신기	2005.11.02	23,362
BEST ALBUM	J-POP	NAKASHIMA MIKA	2006.01.01	13,598
明日は来るから	J-POP	동방신기	2006.03.08	12,649
Heart, Mind and Soul	J-POP	동방신기	2006.03.31	19,025
WISH	J-POP	ARASHI	2006.07.20	13,286
Miss You	J-POP	동방신기	2007.01.12	11,189
Made In Twenty	J-POP	보아	2007.01.21	16,645
Step by Step	J-POP	동방신기	2007.02.01	12,895
Five in the Black	J-POP	동방신기	2007.03.29	26,210

자료 : 한국음악산업협회<sup>21)</sup>

## 5. 방송(드라마)

일본 대중문화 4차 개방에서 단연 주목받는 분야는 방송 개방이었고, 그 중에서도 일본드라마의 안방 방영 허용이 관심의 초점이 됐다. 일본드라마 개방을 앞두고 방송계에서는 긍정적인 부분이든 부정적인 부분이든 엄청난 파장을 몰고 올 것이라

21) 한국음악산업협회 ([www.miac.or.kr](http://www.miac.or.kr)) : 연도별 가요, 팝 음반판매량 집계 자료 제공.

는 기대와 우려가 교차했다. 그러나 막상 뚜껑을 열자 그런 기대나 우려가 맞았는지 구태여 검증할 필요조차 없을 정도로 영향은 미미한 수준이었다는 게 방송계의 대체적 평가이다.

지금까지 케이블·위성방송의 영화, 드라마, 오락채널을 통해 국내 안방에 소개됐거나 현재 방영중인 일본드라마는 모두 생각보다 저조한 시청률을 나타내고 있다.

2004년 1월에 첫 방송된 일본드라마 중에는 같은 시간대 이전 프로그램의 평균 시청률보다 높은 성적을 기록한 드라마가 MBC 드라마넷의 「내사랑 사쿠라코」 한 편에 불과했다. 가장 시청률이 높았던 같은 채널의 「춤추는 대수사선」도 1%에도 미치지 못했다. 2월 들어서는 조금 양상이 달라질 기미를 보였다. 2월 11일 첫 방송을 내보낸 SBS 드라마 플러스의 「고쿠센」은 이전 프로그램 「골든볼」의 4배에 가까운 좋은 성적을 올리며 높은 시청률을 기록했다. 2006년 1월에 방송된 「고쿠센2」에서도 높은 시청률을 기록했다. 이는 같은 시간대 지상파의 시청률에 견주어도 뒤지지 않는 수준. 이 드라마는 야쿠자 두목의 외손녀인 교사가 문제 학생을 순화시키는 과정을 담아 신선하다는 반응을 얻었다. 이 밖에도 초능력, 요리 등 다양한 소재의 작품들이 속속 등장해 마니아 시청자의 눈길을 유혹하고 있다. 그러나 기대와 우려에도 불구하고 일본드라마들의 초기반향은 그리 두드러지지 않았다. 후카다 료코나 다케노우치 유타카등 톱스타들의 인기도 미풍에 그치고 있고, 남자교사와 여고생이 교실에서 키스하는 장면(퍼스트 러브)이 잠시 논란을 불러일으켰다가 진정되었다.

대부분의 작품은 10~20대 층을 주 시청 층으로 하는 트렌디 드라마 일색으로 지금까지는 국내 젊은 층들의 일본드라마에 대한 호기심 이상의 관심을 끌어내지 못해 1차 공략은 실패한 것으로 여겨진다. 그럼 여기서 국내에 방송된 주요 일본드라마의 시청률을 알아보기로 하겠다.

분석 지역 : 전국
분석 대상 : 케이블 가입 가구
분석 기간 : 2004년 1월~2007년 6월
대상 채널 : MBC 드라마넷, MBC 무비스, OnStyle, tvN, SBS 드라마+, OCN
시청률 데이터 제공 : AGB닐슨미디어리서치

<표 6> 일본드라마의 시청률

방영 시기	방송사	제목	시청률	비 고
2004년 1월	MBC드라마넷	츄츄는 대수사선	0.694	오다유지,후카즈에리
2004년 1월	MBC드라마넷	내사랑 사쿠라코	0.562	<요조숙녀>원작
2004년 2월	SBS드라마+	<b>고쿠센</b>	<b>1.166</b>	마츠모토 준
2004년 2월	OCN	트릭	0.649	나카마 유키에
2004년 2월	MBC무비스	반항하지마	0.503	인기만화원작
2004년 3월	MBC드라마넷	중매결혼	0.721	마츠다카코
2004년 4월	MBC드라마넷	101번째 프리포즈	0.721	트렌디드라마의전설
2004년 4월	OCN	케이조쿠	0.367	나카타니 미키
2004년 7월	투니버스	워터보이즈	0.689	츠마부키 사토시
2004년 7월	MBC드라마넷	너는 팻	0.582	마츠모토 준
2005년 1월	MBC드라마넷	김전일 소년의 사건부2	0.768	마츠모토준, 인기만화원작
2005년 3월	MBC드라마넷	프라이드	0.499	기무라타쿠야
2005년 3월	MBC무비스	러브 제너레이션	0.150	기무라타쿠야
2005년 5월	MBC드라마넷	스타의 사랑	0.409	구사나기츠요시
2005년 7월	OnStyle	비치보이스	0.105	다케노우치유타카
2005년 7월	MBC드라마넷	잠자는 숲	0.329	기무라타쿠야
2005년 8월	투니버스	워터보이즈2	0.662	인기시리즈2탄
2005년 10월	OnStyle	뉴스의 여자	0.112	후지와라노리카
2005년 11월	OnStyle	하쿠센 나가시	0.132	나가세토모야
2006년 1월	MBC무비스	여왕의 교실	0.210	당시최신화제작
2006년 1월	MBC드라마넷	<b>고쿠센2</b>	<b>1.173</b>	나카마유키에
2006년 2월	OnStyle	전차남	0.203	인터넷화제작
2006년 2월	MBC무비스	서유기	0.122	카토리싱고
2006년 4월	OnStyle	데릴사위2003	0.168	나가세토모야
2006년 5월	MBC무비스	노부타 프로듀스	0.275	NEWS, KAT-TUN
2006년 6월	MBC무비스	꽃보다 남자	0.327	아라시,인기만화원작
2006년 6월	MBC무비스	드래곤 사쿠라	0.358	NEWS,아베히로시
2006년 6월	OnStyle	부호형사	0.291	후카다료코
2006년 7월	OnStyle	하늘에서 내리는 일억 개의 별	0.163	기무라타쿠야
2006년 8월	MBC무비스	히어로	0.267	기무라타쿠야
2006년 8월	OnStyle	기프트	0.168	기무라타쿠야
2006년 10월	tvN	오렌지 데이즈	0.120	츠마부키사토시
2006년 10월	OnStyle	마녀의 조건	0.244	마츠시마나나코
2006년 11월	MBC무비스	시효경찰	0.220	오다기리쵸
2006년 11월	OnStyle	스탠드업	0.399	아라시, NEWS
2007년 1월	tvN	맛있는 프리포즈	0.151	한국드라마와비슷
2007년 4월	MBC무비스	엔진	0.165	기무라타쿠야
2007년 5월	MBC무비스	프리마담	0.201	구로키히토미

자료 : 드라마틱



『드라마틱』<sup>22)</sup>에서는 일본드라마의 국내 부진에 대해 다음과 같은 열 가지의 이유를 들어 설명하고 있다.

1. 정서상의 차이와 친숙함 부족 : 사실 개방 초기만 해도 비슷한 외모와 사상기반을 가졌기에, 친근감과 동질감이 흥행에 도움이 되리라는 예상이 지배적이었다. 그러나 뚜껑을 열고 보니 장점보다는 단점이 두드러지기 시작했다.
2. 공중파에서 방영할 수 없다는 한계점 : 공중파에서 방영되지 않으니 주요 언론 매체에서 다루기에도 한계가 있으며 친밀도 상승의 계기나 수단이 매우 적다.
3. 초상권 제한에 따른 홍보의 어려움 : 한국은 방송홍보에서 인터넷이 가장 중요한데, 홍보의 핵심인 드라마 사진을 사용하기 힘들다는 것은 치명적인 문제가 될 수 있다.
4. 킬러 콘텐츠의 부재 : 2004년 개방초기에 가장 신뢰도 높은 SMAP 멤버들의 드라마가 들어오지 못해 초기 붐업이 되지 않았다
5. 이야기 진행 방식의 차이 : 폭발하고 부딪히며 계속 화학반응을 끌어내는 한국 드라마와 달리 일본드라마는 부드러운 흐름을 중시하며 담담하고 꼼꼼하게 일상을 그리는데 주력한다.
6. 정치적인 이유 : 주기적으로 터져 나오는 양국의 정치적 긴장과 갈등은 일본드라마 관련 동호인들이 커뮤니티를 폐쇄적으로 만들게 하는 주범이다.
7. '12세 이하' 등급 제한에 따른 선택의 폭 제한
8. 타깃 층의 한계 : 소수 마니아들만의 문화가 되어서는 시청률에 있어서 한계가 명백하기에 현재 상황을 벗어날 수 없는 것이다.
9. 한국 드라마의 인기 : 한국 드라마의 인기가 충분하기에 대체제로서 딱히 일본드라마를 찾아서 보는 사람들이 아직은 별로 없다는 점이다.
10. 불법 다운로드 문제 : 정치적 문제와 함께 가장 민감하고 중요한 이유가 국내에 만연해 있는 드라마 다운로드 문화다. 인터넷만 활용하면 바로바로 신작 드라마들을 고화질로 다운받아 볼 수 있는데, 구태여 추가로 돈을 내고 신청해서 일본드라마를 보거나 정해진 시간에 맞춰 볼 사람은 많지 않을 것이다.<sup>23)</sup>

22) [www.dramatique.co.kr](http://www.dramatique.co.kr) 드라마 비평 월간지, 리뷰, 칼럼, 기사, 연기평가, 시청률, 블로그 수록.

23) 허유성, '일본드라마는 왜 한국 케이블 시장에서 실패하였는가?', 『드라마틱』 24호 pp39~42

## 제Ⅳ장 일본대중문화 개방과 일본어 학습과의 관계 연구

### 제1절 일본대중문화 및 개방에 관한 고등학생들의 관심도 분석

일반적으로 문화가 다른 문화권에 영향을 미친다는 것은 교류를 통한 일방 또는 쌍방의 문화유입을 뜻하는 것으로 근대 이전에는 문화교류의 채널을 가지고 있는 지배층에서 새로운 문화의 기류가 대중으로 확대되어지는 경우가 많았으나 현대에는 매스미디어의 발달로 다양한 문화를 누구나 접할 수 있게 되어 문화란 대중이 만들어가는 것이 되었다. 결국, 현재의 대중문화는 다 채널화, 정보화, 대중화 되면서 일반대중에게 미치는 파급효과가 커지게 되었으며, 타문화의 유입은 곧 타언어의 유입을 의미하기 때문에 조사의 표본을 일본대중문화의 유입도에 맞추었다.

본 연구의 설문 조사 목적은 일본대중문화가 전면 개방된 현 상황에서 우리나라 고등학생들이 일본대중문화를 접하면서 느끼는 관심도와 이해도를 분석해봄으로써 일본어 학습에는 어떤 효과가 있으며 어떤 영향을 미치게 되는가를 알아보고자 함이다. 그리고 일본어를 학습하고자 하는 학생들에게 대중문화의 요소를 교육에 활용하게 함으로써 보다 효율적인 학습이 가능할 것인가에 대한 가능성을 예견하기 위한 조사이며, 올바른 문화수용의 자세를 갖도록 하고자 하는데 목적이 있다.

설문조사는 2007년 5월부터 6월에 걸쳐 광주광역시 소재 고등학교 세 곳에서 이루어 졌으며 편의상 A고, B고, C고로 칭하기로 하겠다. 세 학교 모두 일본어를 제2외국어로 채택하고 있으며 설문은 이제 막 일본어를 배우기 시작한 2학년 학생들을 대상으로 하였다. A고는 남자고등학교로 3개 학급의 93명이 설문에 응해주었고, B고는 남녀공학으로 여학생 41명, 남학생 50명, C고는 여자고등학교로 역시 3개 학급의 118명이 더해져 총 302명(남학생 143명, 여학생 159명)의 학생이 질문에 성실히 답변해 주었다. 참고로, 세 학교 모두 2학년이 되어 처음으로 일본어를 접하기 시작하였으므로 설문조사에 응하던 시기는 학생들이 일본어를 배우기 시작한지 3, 4개월 정도 밖에 되지 않았을 때임을 밝혀둔다.

설문 내용은 학생들의 일본어 학습에 관한 수준을 묻는 기본적인 질문과 일본대중

문화 개방에 관한 관심도와 일본어 학습과의 관계를 묻는 30문항으로 구성하였으며 남·여 간의 견해차가 조금은 있을 것이라 판단되어 학교별로는 나누지 않고 남학생과 여학생 두 부류로만 나누어 분석해 보았다.

질문에 대한 구체적인 대답은 다음과 같다.

1. 본인의 일본어 문장이해 능력은 어느 정도입니까?

- ① 문자만 겨우 아는 정도
- ② 학교에서 배우는 교과서를 이해하는 정도
- ③ 신문·잡지를 이해하는 정도
- ④ 전문서적을 이해할 수 있을 정도

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	63	75	3	2	143
	%	44%	53%	2%	1%	100%
여	응답 수	54	103	2	0	159
	%	34%	65%	1%	0%	100%
총인원	응답 수	117	<b>178</b>	5	2	302
	%	39%	<b>58%</b>	2%	1%	100%

일본어 문장이해 능력을 묻는 질문에서 남학생 여학생 모두 과반수 이상이 학교에서 배우는 교과서를 이해하는 정도라고 대답하였다.

일본어 학습기간이 짧은 이유도 있겠지만, 남학생의 44%가 문자만 겨우 아는 정도라는 대답을 한 것으로 미루어 볼 때 특별히 개인적으로 일본어에 관심을 갖고 혼자서 공부하는 학생은 그다지 많지 않은 것으로 보여 진다.

총인원의 3%만이 신문이나 잡지 이상을 이해할 수 있다고 대답하였다.

2. 본인의 일본어 회화 능력은 어느 정도입니까?

- ① 전혀 못 한다.
- ② 몇 마디 주고받을 수 있다.
- ③ 일본인의 말을 40~50% 정도 알아들을 수 있다.
- ④ 자유자재로 대화할 수 있다.

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	69	67	4	3	143
	%	48%	47%	3%	2%	100%
여	응답 수	34	121	4	0	159
	%	21%	76%	3%	0%	100%
총인원	응답 수	103	<b>188</b>	8	3	302
	%	34%	<b>62%</b>	3%	1%	100%

일본어 회화능력을 묻는 질문에서 남학생의 48%, 여학생의 21%가 전혀 못한다고 대답해 학교에서 배우는 교과서만 가지고는 회화를 하기에 역시 역부족임을 짐작할 수 있었다.

그러나 여학생의 76%는 몇 마디 주고받을 수 있다고 대답해 외국어 회화능력은 남학생에 비해 여학생이 우세함을 알 수 있었다.

전체 4%의 학생만이 일본인의 말을 절반 이상 알아듣고 자유자재로 대화도 할 수 있다고 대답하였다.

3. 일본어 공부는 하루에 몇 시간 정도 하고 있습니까?

- ① 30분 이내
- ② 30분~1시간
- ③ 1~2시간
- ④ 3시간 이상

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	126	9	7	1	143
	%	88%	6%	5%	1%	100%
여	응답 수	129	22	7	1	159
	%	81%	14%	4%	1%	100%
총인원	응답 수	<b>255</b>	31	14	2	302
	%	<b>84%</b>	10%	5%	1%	100%

일본어 공부 시간은 하루 30분 이내가 전체 84%로 압도적으로 높은 비율을 차지하고 있었다.

우리나라의 현행 교육여건상 인문계 고등학교에서는 입시위주의 교육이 이루어지고 있기 때문에 제2외국어인 일본어의 위치는 그다지 높지 않음을 현장에서 몸소 체험하였다.

일본어가 대학수학능력시험의 과목으로 채택되어 있다고는 하나 제2외국어를 선택하여 시험을 보는 학생들은 그리 많지 않으므로 일본어 공부에 투자하는 시간도 짧을 수밖에 없는 현실을 감안하여야 할 것 같다.

그러나 1시간 이상 공부하고 있다는 학생도 16%로 나타났다.

4. 일본대중문화가 언제부터 개방이 되었는지 알고 계십니까?

- ① 1990년    ② 1995년    ③ 1998년    ④ 2002년    ⑤ 모른다

구 분		①	②	③	④	⑤	합계
남	응답 수	5	5	23	7	103	143
	%	4%	1%	6%	2%	87%	100%
여	응답 수	6	1	9	3	140	159
	%	3%	3%	16%	5%	73%	100%
총인원	응답 수	11	6	32	10	<b>243</b>	302
	%	4%	2%	11%	3%	<b>80%</b>	100%

일본대중문화에 관한 가장 기본적인 관심도를 파악하고자 했던 질문에서 겨우 11%의 학생만이 정확히 1998년이라고 알고 있을 뿐, 나머지 80%의 학생들은 개방 시기에 대해서는 별다른 관심을 갖고 있지 않은 듯 했다.

5. 일본대중문화가 어디까지 개방이 되었는지 아는 대로 써보세요.

대부분의 학생들이 일본대중문화 개방에 대해서 기본적인 상식은 갖고 있는 것으로 나타났다. 영화, 애니메이션, 음반, 방송, 공연, 만화, 게임 등등 꽤 구체적인 답변을 해주었다.

6. 앞으로 더 개방되었으면 하는 분야는 어떤 분야입니까?

이 질문에서는 재미있는 대답이 아주 많이 나왔다. 지금 개방된 것만으로도 충분하다는 답변에서부터 방송이나 게임류, 만화 등이 더 확대되어 개방되길 바란다는 대답과 한글화된 게임, 패션이나 요리, 건축양식, 차(茶) 문화, 축제문화 등과 문구류, AV의 개방까지 다소 엉뚱한 답도 있었다.

7. 애니메이션을 포함하여 일본영화를 보신 적이 있으십니까?

- ① 있다    ② 없다

구 분		①	②	합계
남	응답 수	139	4	143
	%	97%	3%	100%
여	응답 수	155	4	159
	%	97%	3%	100%
총계	응답 수	<b>294</b>	8	302
	%	<b>97%</b>	3%	100%

일본영화를 본 적이 있느냐는 질문에 예상했던 대로 거의 대부분인 97%의 학생들이 1편 이상의 일본영화를 본 적이 있는 것으로 나타났다.

8. 있다면 지금까지 몇 편이나 보셨습니까?

- ① 1~3편    ② 4~6편    ③ 7~9편    ④ 10편 이상

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	29	22	8	80	139
	%	21%	16%	6%	57%	100%
여	응답 수	46	33	20	56	155
	%	30%	21%	13%	36%	100%
총인원	응답 수	75	55	28	<b>136</b>	294
	%	26%	19%	10%	<b>45%</b>	100%

전체 학생의 절반에 가까운 45%가 10편 이상의 일본영화를 본 적이 있다고 대답해 일본영화에 대한 높은 관심도를 보여주고 있는 가운데 특히 남학생의 숫자가 많은 것으로 미루어 영화는 남학생들이 더 선호함을 알 수 있었다 .

9. 무엇을 통해 보셨습니까?

- ① 영화관에서
- ② 인터넷을 통해
- ③ video나 DVD를 빌려서
- ④ TV(cable포함)를 통해

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	25	88	16	49	178
	%	14%	49%	9%	28%	100%
여	응답 수	28	72	17	57	174
	%	16%	41%	10%	33%	100%
총인원	응답 수	53	<b>160</b>	33	106	352
	%	15%	<b>46%</b>	9%	30%	100%

어떤 매체를 통해 일본영화를 접하느냐는 질문에서는 역시 특별한 비용을 들이지 않고 가장 손쉽게 접할 수 있는 인터넷을 통해서 본다는 대답이 46%로 가장 높게 나왔고, 그 뒤로 방송을 통해 본다는 대답이 이어졌으며 극장을 찾아서 본다는 대답도 15%나 되었다. 극장을 찾는 사람 중에는 남학생보다 여학생의 수가 조금 더 많았다.

이 중에는 중복응답을 한 학생들이 포함되어 있다.



10. 일본영화를 자막 없이 어느 정도 이해할 수 있습니까?

- ① 전혀 모른다.
- ② 20~30% 정도 이해한다.
- ③ 50% 정도 이해한다.
- ④ 90% 이상 이해할 수 있다.

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	94	32	6	7	139
	%	68%	23%	4%	5%	100%
여	응답 수	108	37	6	4	155
	%	67%	26%	4%	3%	100%
총인원	응답 수	<b>202</b>	69	12	11	294
	%	<b>68%</b>	24%	4%	4%	100%

일본영화를 자막 없이 어느 정도 이해하느냐는 질문에 아쉽게도 전체 68%가 전혀 모른다고 대답했고, 50%이상 이해하는 학생은 8%에 지나지 않았다.

이와 같은 결과는 앞서서도 잠시 언급했지만 학습기간이 짧은 이유와 함께 입시 위주의 현 교육여건이 회화중심의 외국어교육을 실시하지 못하는 현실적인 이유를 들 수 있을 것이다.

11. 일본영화를 보면서 일본어 공부에 도움이 된다고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다
- ② 그렇다
- ③ 그렇지 않다
- ④ 전혀 그렇지 않다

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	22	65	28	24	139
	%	16%	47%	20%	17%	100%
여	응답 수	19	92	25	19	155
	%	12%	60%	16%	12%	100%
총인원	응답 수	41	<b>157</b>	53	43	294
	%	14%	<b>53%</b>	18%	15%	100%

전체 67%의 학생이 일본영화가 일본어 학습에 도움이 된다고 대답해 일본영화를 통한 일본어 학습을 매우 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 파악되었다.

한편, 8번 문항에서 일본영화를 더 많이 보는 쪽은 남학생임을 알 수 있었으나 이번 항목에서는 더 많은 수인 72%의 여학생이 일본영화가 일본어 공부에 도움이 된다고 대답하여 대중문화를 학습에 연결하고 활용하는 능력은 여학생이 더 우세함을 짐작할 수 있었다.

12. 일본영화에 관한 DVD나 비디오테이프를 몇 편정도 가지고 계십니까?

- ① 1~4편    ② 5~9편    ③ 10편 이상    ④ 없다

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	20	4	4	115	143
	%	14%	3%	3%	80%	100%
여	응답 수	16	2	1	140	159
	%	10%	1%	1%	88%	100%
총인원	응답 수	36	6	5	<b>255</b>	302
	%	12%	2%	2%	<b>84%</b>	100%

일본대중문화나 일본영화에 관심이 있는 사람이라면 누구나 한 두 장쯤은 가지고 있을 일본영화 DVD를 가지고 있느냐는 질문에 전체 학생의 84%가 한 장도 가지고 있지 않다고 대답했고 4편 이하로 가지고 있다는 학생은 12%에 지나지 않았다.

13. 영화를 보고 난 후 일본어 공부를 좀 더 열심히 해야겠다고 느끼셨습니까?

- ① 매우 그렇다    ② 그렇다    ③ 그렇지 않다    ④ 전혀 그렇지 않다

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	12	45	41	41	139
	%	9%	33%	29%	29%	100%
여	응답 수	20	64	45	26	155
	%	13%	41%	29%	17%	100%
총인원	응답 수	32	<b>109</b>	86	67	294
	%	11%	<b>37%</b>	29%	23%	100%

11번 문항에서 67%의 학생이 일본영화가 일본어 공부에 도움이 된다고 대답한 반면, 영화를 보고 난 후 일본어 공부를 좀 더 열심히 해야겠다고 느꼈냐는 질문에는 그렇지 않다는 대답보다 더 적은 전체 48%의 학생만이 그렇다고 대답하였다. 그러나 여기서도 역시 여학생의 절반이 넘는 54%가 긍정적인 대답을 해주어 영화를 활용한 일본어 학습에는 여학생이 더 적극적임을 알 수 있었다.

14. 일본 만화를 보신 적이 있으십니까?

- ① 있다    ② 없다

구분		①	②	합계
남	응답 수	131	12	143
	%	92%	8%	100%
여	응답 수	129	30	159
	%	81%	19%	100%
총계	응답 수	<b>260</b>	42	302
	%	<b>86%</b>	14%	100%

한국어로 번역된 일본만화는 일본대중문화 개방과는 상관없이 오래전부터 국내에 들어와 있었기 때문에 고교생 정도라면 한 번쯤은 접해 보았을 것이라는 생각이 들었다. 남학생의 92%, 여학생의 81%가 일본만화를 본 적이 있다고 대답했다.

15. 있으시다면 지금까지 몇 권정도 보셨습니까?

- ① 10권 쯤    ② 20~30권 쯤    ③ 50~60권 쯤    ④ 100권 이상

구분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	30	33	18	50	131
	%	23%	25%	14%	38%	100%
여	응답 수	65	23	7	34	129
	%	51%	18%	5%	26%	100%
총인원	응답 수	<b>95</b>	56	25	84	260
	%	<b>36%</b>	22%	10%	32%	100%

일본만화를 몇 권정도 보았느냐는 질문에서는 남학생의 38%가 100권 이상을 보았다고 대답한 반면, 여학생의 반 수 이상인 51%가 10권 쯤 보았다고 대답해 만화에 있어서는 남학생이 더 높은 관심을 가지고 있음을 알 수 있었다.

16. 언제부터 일본만화를 보셨습니까?

- ① 일본대중문화개방(1998년 10월) 이전부터
- ② 일본대중문화개방(1998년 10월) 이후부터
- ③ 근래 들어서(2005년 이후)
- ④ 기타

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	11	50	53	17	131
	%	8%	38%	41%	13%	100%
여	응답 수	13	51	50	15	129
	%	10%	39%	39%	12%	100%
총인원	응답 수	24	101	<b>103</b>	32	260
	%	9%	39%	<b>40%</b>	12%	100%

만화를 보기 시작한 시기를 묻는 질문에서는 전체의 40%가 근래(2005년)들어서라고 대답하였고, 일본대중문화개방(1998년) 이후부터 보기 시작했다는 대답도 39%로 엇비슷하게 나왔다.

기타의견에서는 작년(2006년)부터 혹은 올해(2007년)들어 처음으로 보기 시작했다는 답변이 대부분 이었다.

일본대중문화가 처음 개방되었던 1998년이면 설문에 응답하고 있는 지금의 고교2학년생들이 초등학교 2학년쯤일 때이다. 그때는 일본만화인지 국내만화인지 구분도 못하고 그냥 닥치는 대로 보았으리라 생각된다.

17. 일본어 원어로 된 만화를 본 적이 있습니까?

- ① 있다
- ② 없다

구 분		①	②	합계
남	응답 수	42	101	143
	%	29%	71%	100%
여	응답 수	24	135	159
	%	15%	85%	100%
총계	응답 수	66	<b>236</b>	302
	%	22%	<b>78%</b>	100%

일본대중문화 1차 개방(1998년 10월 20일)이후부터 들어오기 시작한 일본어로 된 만화를 본 적이 있느냐는 질문에 남학생의 29%, 여학생의 15%만이 있다고 대답해 번역본 만화에서와 마찬가지로 만화부문에서는 남학생이 훨씬 더 관심을 많이 갖고 접하고 있음을 알 수 있었다.

또한 본 적이 없다는 전체 78%의 답변에서 본인이 관심을 갖고 따로 공부하지 않는 한, 학교에서 배우는 일본어만 가지고는 원어로 된 만화를 보기는 역부족이겠다는 생각이 들었다.

18. 일본어 원어로 된 만화가 일본어 공부에 도움이 된다고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다
- ② 그렇다
- ③ 그렇지 않다
- ④ 전혀 그렇지 않다

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	10	37	35	30	112
	%	9%	33%	31%	27%	100%
여	응답 수	25	32	31	21	109
	%	23%	30%	28%	19%	100%
총인원	응답 수	35	<b>69</b>	66	51	221
	%	16%	<b>31%</b>	30%	23%	100%

일본어로 된 만화가 일본어 공부에 도움이 되느냐는 질문에 남학생의 42%, 여학생의 53%가 그렇다는 긍정적인 대답을 하였다.

일본어 만화를 더 많이 보는 쪽은 남학생이지만 학습과 연관 지어 활용 하는 쪽은 역시 여학생이 더 많았다.

그런데 여기서 한 가지 짚고 넘어가야 할 것이 17번 문항에서 일본어로 된 만화를 본 적이 있다는 학생이 22%인 66명에 지나지 않았는데, 이번 문항에 답한 학생은 221명이나 된다. 이것은 아마도 본 적은 없지만 만약 보게 된다면 일본어 공부에 많은 도움이 될 것 같다는 생각이라고 해석할 수도 있겠다.

19. 일본 드라마를 보신 적이 있으십니까?

- ① 없다.
- ② 우연히 본 적은 있다.
- ③ 정기적으로 보고 있다.
- ④ 인터넷 동호회에 가입할 정도로 일본드라마의 열렬한 팬이다.

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	24	100	18	1	143
	%	17%	69%	13%	1%	100%
여	응답 수	15	92	33	19	159
	%	9%	58%	21%	12%	100%
총인원	응답 수	39	<b>192</b>	51	20	302
	%	13%	<b>63%</b>	17%	7%	100%

일본 드라마를 본 적이 있느냐는 질문에 전체 63%의 학생이 우연히 본 적은 있고 17%는 정기적으로 보고 있다고 대답하였다.

이 가운데 여학생의 경우는 12%가 열렬한 팬이고, 21%는 정기적으로 보고 있다고 대답한 반면, 본 적이 없다고 대답한 학생은 9%에 지나지 않아 상대적으로 남학생에 비해 일본드라마에 대한 높은 관심도를 나타내고 있다.

이는 국내 드라마에 비해 일본드라마들은 다양한 소재의 작품들이 많아 여학생들의 호기심을 자극하고 관심을 끌기에 충분한 요소를 갖추고 있기 때문인 것으로 풀이된다.



20. 있으시다면 어떤 경로를 통해 보고 계십니까?

- ① 인터넷을 통해
- ② DVD나 Video를 통해
- ③ Cable TV를 통해
- ④ 기타

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	47	10	68	4	129
	%	36%	8%	53%	3%	100%
여	응답 수	80	23	60	1	164
	%	48%	14%	37%	1%	100%
총인원	응답 수	127	33	<b>128</b>	5	293
	%	43%	11%	<b>44%</b>	2%	100%

어떤 경로를 통해 일본드라마를 보고 있는냐는 질문에 전체의 44%가 일본대중문화 4차 개방(2004년) 이후 정식으로 수입된 일본드라마를 방송해주는 Cable TV를 통해 본다는 대답이었고, 그 뒤를 바로 이어 인터넷으로 본다는 대답이 43%였다.

그 중에서도 남학생은 TV를 여학생은 인터넷을 더 선호하는 경향을 보였다.

이것은 두 매체 모두 경제적 부담 없이 쉽게 접할 수 있는 경로이기 때문인 것으로 풀이된다.

이 가운데는 중복대답을 한 학생도 포함되어 있다.

21. 언제부터 일본드라마를 보셨습니까?

- ① 일본대중문화 개방(1998년 10월) 이전부터
- ② 일본대중문화 개방(1998년 10월) 이후부터
- ③ 근래 들어서(2005년 이후)
- ④ 기타

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	3	14	94	8	119
	%	3%	12%	78%	7%	100%
여	응답 수	3	27	106	8	144
	%	2%	15%	56%	27%	100%
총인원	응답 수	6	41	<b>200</b>	16	263
	%	2%	16%	<b>76%</b>	6%	100%

일본드라마를 보기 시작한 시기를 묻는 질문에서는 근래 들어서라고 대답한 학생이 전체 76%로 압도적이었다.

일본대중문화가 처음 개방된 시기는 1998년이었지만 일본드라마의 개방은 2004년 제4차 개방 때 처음 이루어졌으므로 이와 같은 대답은 어쩌면 당연한 것인지도 모르겠다.

그러나 전체 18%의 학생들은 일본드라마의 개방 이전부터 관심을 가지고서 인터넷이나 다른 매체를 통해 접하고 있었던 것으로 생각된다.

22. 일본어 공부를 위해 일본드라마를 보십니까?

- ① 매우 그렇다
- ② 그렇다
- ③ 그렇지 않다
- ④ 전혀 그렇지 않다

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	5	13	55	46	119
	%	11%	4%	46%	39%	100%
여	응답 수	10	18	66	50	144
	%	13%	7%	45%	35%	100%
총인원	응답 수	15	31	<b>121</b>	96	263
	%	12%	6%	<b>45%</b>	37%	100%

19번 문항에 대한 대답에서 여학생의 33%, 전체 24%의 학생이 정기적으로 일본 드라마를 보고 있고, 열렬한 팬이라고 대답했음에도 불구하고 일본어 공부를 위해 일본드라마를 보고 있느냐는 질문에는 부정적인 대답이 주를 이루었다.

이것은 아직까지 드라마는 단지 드라마로 즐길 뿐 학습과 연결 지어 생각하고 있지 않은 이유인 듯 했다.

전체의 18%만이 일본어 공부를 위해 일본드라마를 보고 있다고 대답했다.

23. 일본드라마를 자막 없이 어느 정도 이해하십니까?

- ① 전혀 모른다.
- ② 20~30% 정도 이해한다.
- ③ 50% 정도 이해한다.
- ④ 90% 이상 이해할 수 있다.

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	72	34	6	7	119
	%	60%	29%	5%	6%	100%
여	응답 수	92	42	6	4	144
	%	64%	29%	4%	3%	100%
총인원	응답 수	<b>164</b>	76	12	11	263
	%	<b>62%</b>	29%	5%	4%	100%

자막 없이 일본드라마를 어느 정도 이해하느냐는 질문에는 10번 문항의 영화에서와 마찬가지로 38%정도만 20%이상 이해한다고 대답했을 뿐 전체 62%가 아쉽게도 전혀 모른다고 대답했다.

24. 현재 일본어 학습을 위해 어떤 대중문화를 접하고 계십니까?

- ① 영화    ② 만화    ③ 드라마    ④ 방송    ⑤ 기타

구 분		①	②	③	④	⑤	합계
남	응답 수	9	55	18	11	50	143
	%	6%	38%	13%	8%	35%	100%
여	응답 수	19	28	62	11	39	159
	%	12%	18%	38%	7%	25%	100%
총인원	응답 수	28	83	80	22	<b>89</b>	302
	%	9%	28%	26%	7%	<b>30%</b>	100%

일본어 학습을 위해 지금 현재 접하고 있는 대중문화를 묻는 질문에서 ⑤번 기타 항목에 표시한 학생 중에는 J-POP이 다소 포함돼있었고, 대부분은 없다고 대답하였다. 응답한 학생 중에서 가장 큰 비율을 차지하는 부분은 남학생은 만화, 여학생은 드라마로 나타나 남녀 간에 큰 의견차를 보였다.

25. 향후 일본어 학습을 위해 어떤 분야가 도움이 된다고 생각하십니까?

- ① 영화    ② 만화    ③ 드라마    ④ 뉴스 등 방송

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	17	54	40	37	148
	%	11%	37%	27%	25%	100%
여	응답 수	29	27	89	26	171
	%	17%	16%	52%	15%	100%
총인원	응답 수	46	81	<b>129</b>	63	319
	%	14%	25%	<b>41%</b>	20%	100%

향후 일본어 학습을 위해서 도움이 되는 분야를 묻는 질문에서도 역시 남학생은 만화를, 여학생은 드라마를 제일로 꼽았다. 그 뒤로 뉴스 등의 방송을 들었으며 이 가운데는 중복대답이 포함되어 있다.

26. 일본대중문화 개방조치를 어떻게 받아들이고 계십니까?

- ① 매우 잘 한 일이다.
- ② 잘 한 일이다.
- ③ 못 한 일이다.
- ④ 안하는 편이 좋았다.
- ⑤ 잘 모르겠다.

구 분		①	②	③	④	⑤	합계
남	응답 수	15	53	5	14	56	143
	%	10%	37%	3%	10%	40%	100%
여	응답 수	8	59	8	14	70	159
	%	5%	37%	5%	9%	44%	100%
총인원	응답 수	23	112	13	28	<b>126</b>	302
	%	37%	8%	4%	9%	<b>42%</b>	100%

일본대중문화 개방조치를 어떻게 받아들이고 있느냐는 질문에 전체 45%가 잘한 일이며 42%는 잘 모르겠다고 대답해 긍정적인 반응과 무관심한 반응이 엇비슷하게 나왔다.

이 질문에서도 남녀 간에 약간의 의견차를 보이고 있는데, 남학생 쪽이 좀 더 긍정적인 반응을 보이고 있다.

27. 일본대중문화 개방 이후 일본에 대한 관심이 더 높아졌습니까?

- ① 높아진 편이다.
- ② 매우 높아졌다.
- ③ 별로 변함없다.
- ④ 일본대중문화 개방과 자신이 일본에 대해 관심을 갖는 것은 별개의 문제이다.

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	54	12	57	20	143
	%	38%	8%	40%	14%	100%
여	응답 수	56	15	73	15	159
	%	35%	9%	47%	9%	100%
총인원	응답 수	110	27	<b>130</b>	35	302
	%	36%	9%	<b>43%</b>	12%	100%

일본대중문화 개방과 일본에 대한 관심과의 관계를 묻는 질문에서 전체 45%는 개방이후 일본에 대한 관심이 높아졌고 43%는 별로 변함없다는 대답에서 일본대중문화의 개방이 학생들로 하여금 일본에 좀 더 가까이 다가가게 하는 계기가 되었음을 짐작할 수 있었다.

28. 일본대중문화 개방이 일본어 학습과 관련이 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다    ② 그렇다    ③ 그렇지 않다    ④ 전혀 그렇지 않다

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	17	69	37	20	143
	%	12%	48%	26%	14%	100%
여	응답 수	13	96	34	16	159
	%	8%	61%	21%	10%	100%
총인원	응답 수	30	<b>165</b>	71	36	302
	%	10%	<b>54%</b>	24%	12%	100%

일본대중문화 개방과 일본어 학습과의 관련성을 묻는 질문에서는 전체 64%의 학생이 그렇다고 대답해 향후 대중문화를 적극적으로 활용한 학습으로의 발전까지도 충분히 생각해 볼 수 있는 대목이었다.

29. 일본어를 배우면서 일본대중문화 개방에 관심을 갖는다고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다    ② 그렇다    ③ 그렇지 않다    ④ 전혀 그렇지 않다

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	14	67	38	24	143
	%	10%	46%	27%	17%	100%
여	응답 수	18	79	42	20	159
	%	11%	50%	26%	13%	100%
총인원	응답 수	32	<b>146</b>	80	44	302
	%	11%	<b>48%</b>	26%	15%	100%

제2외국어로서 일본어를 선택하여 배우고 있는 학생들로서는 일본어를 통해 일본이나 일본문화에 관심을 갖는 것은 당연한 결과라고 생각한다. 전체 59%의 학생이 일본어를 배우으로써 일본대중문화개방에 관심을 갖는다고 대답하였다.



30. 일본어 학습을 통하여 일본대중문화를 이해할 수 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 그렇다
- ② 그렇다
- ③ 그렇지 않다
- ④ 전혀 그렇지 않다

구 분		①	②	③	④	합계
남	응답 수	14	76	43	10	143
	%	10%	53%	30%	7%	100%
여	응답 수	19	98	32	10	159
	%	12%	62%	20%	6%	100%
총인원	응답 수	33	<b>174</b>	75	20	302
	%	11%	<b>57%</b>	25%	7%	100%

전체 68%의 학생이 일본어 학습을 통한 대중문화의 이해에 긍정적인 사고를 하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 여학생의 경우는 74%라는 높은 수치를 보였다. 이것으로 일본대중문화를 소재로 한 교육기자재를 적극 활용한다면 일본어교육에 있어서도 높은 효과를 올릴 수 있으리라 예측할 수 있었다.

## 제2절 일본대중문화개방과 고등학교 일본어 학습과의 관계분석

위의 설문조사를 토대로 학생들의 대답을 종합해보면, 일본어 문장이해 능력을 묻는 질문에서 남녀학생 모두 과반수 이상이 학교에서 배우는 교과서를 이해하는 정도라고 대답하였다. 일본어 학습기간이 짧은 이유도 있겠지만, 남학생의 44%가 문자만 겨우 아는 정도라는 대답을 한 것으로 미루어 볼 때 특별히 개인적으로 일본어에 관심을 갖고 혼자서 공부하는 학생은 그다지 많지 않은 것으로 보여진다. 총 인원의 3%만이 신문이나 잡지 이상을 이해할 수 있다고 대답하였다.

일본어 회화능력을 묻는 질문에서는 남학생의 48%, 여학생의 21%가 전혀 못한다고 대답해 학교에서 배우는 교과서만 가지고는 회화를 하기에 역시 역부족임을 짐작할 수 있었다. 그러나 여학생의 76%는 몇 마디 주고받을 수 있다고 대답해 외국어 회화능력은 남학생에 비해 여학생이 우세함을 알 수 있었다.

일본대중문화에 관한 가장 기본적인 관심도를 파악하고자 했던 일본대중문화가 언제 개방이 되었는지 아느냐는 질문에서 겨우 11%의 학생만이 정확히 1998년이라고 답을 했을 뿐, 나머지 80%의 학생들은 개방 시기에 대해서는 별 관심을 갖고 있지 않은 듯 했으나, 일본대중문화가 어디까지 개방이 되었는지에 대해서는 대부분의 학생들이 기본적인 상식은 갖고 있는 것으로 나타났다. 영화, 애니메이션, 음반, 방송, 공연, 만화, 게임 등등 꽤 구체적인 답변을 해주었다.

일본영화를 본 적이 있느냐는 질문에서는 예상했던 대로 거의 대부분인 97%의 학생들이 1편 이상의 일본영화를 본 적이 있는 것으로 나타났고, 전체 학생의 절반에 가까운 45%가 10편 이상의 일본영화를 본 적이 있다고 대답해 일본영화에 대한 높은 관심도를 보여주고 있는 가운데 특히 남학생의 숫자가 더 많았다.

어떤 매체를 통해 일본영화를 접하느냐는 질문에서는 역시 특별한 비용을 들이지 않고 가장 손쉽게 접할 수 있는 인터넷을 통해서 본다는 대답이 46%로 가장 높게 나왔고, 그 뒤로 방송을 통해 본다는 대답이 이어졌으며 극장을 찾아서 본다는 대답도 15%나 되었다. 극장을 찾는 사람 중에는 남학생보다 여학생의 수가 조금 더 많았다.

일본영화를 자막 없이 어느 정도 이해하느냐는 질문에 아쉽게도 전체 68%가 전혀 모른다고 대답했고, 50%이상 이해하는 학생은 8%에 지나지 않았다. 이와 같은 결과는 학습기간이 짧은 이유와 함께 입시위주의 현 교육여건이 회화중심으로 외국어교육을 실시하지 못하고 있는데도 이유가 있다고 하겠다.

또 전체 67%의 학생이 일본영화가 일본어 학습에 도움이 된다고 대답해 일본영화를 통한 일본어 학습을 매우 긍정적으로 생각하고 있는 것으로 파악되었다.

한편, 일본영화를 더 많이 보는 쪽은 남학생이었으나, 72%의 여학생이 일본영화가 일본어 공부에 도움이 된다고 대답하여 대중문화를 학습에 연결하고 활용하는 능력은 여학생이 더 뛰어남을 짐작할 수 있었다.

영화를 보고 난 후 일본어 공부를 좀 더 열심히 해야겠다고 느꼈느냐는 질문에는 그렇지 않다는 대답보다 더 적은 전체 48%의 학생만이 그렇다고 대답하였다. 그러나 여기서도 역시 여학생의 절반이 넘는 54%가 긍정적인 대답을 해주어 영화를 활용한 일본어 학습에 여학생이 더 적극적임을 알 수 있었다.

한국어로 번역된 일본만화는 일본대중문화 개방과는 상관없이 오래전부터 국내에 들어와 있었기 때문에 고교생 정도라면 한 번쯤은 접해 보았을 것이라는 생각이 들었는데, 남학생의 92%, 여학생의 81%가 일본만화를 본 적이 있다고 대답했다.

일본만화를 몇 권정도 보았느냐는 질문에서는 남학생의 38%가 100권 이상을 보았다고 대답한 반면, 여학생의 반 수 이상인 51%가 10권 쯤 보았다고 대답해 만화에 있어서는 남학생이 더 높은 관심을 가지고 있음을 알 수 있었다.

만화를 보기 시작한 시기를 묻는 질문에서는 전체의 40%가 근래(2005년)들어서라고 대답하였고, 일본대중문화개방(1998년) 이후부터 보기 시작했다는 대답도 39%로 엇비슷하게 나왔다.

일본대중문화 1차 개방(1998년 10월 20일)이후부터 들어오기 시작한 일본어로 된 만화를 본 적이 있느냐는 질문에 남학생의 29%, 여학생의 15%만이 있다고 대답하여 번역본 만화에서와 마찬가지로 만화부문에서는 남학생이 훨씬 더 관심을 많이 갖고 접하고 있음을 알 수 있었다.

일본어로 된 만화가 일본어 공부에 도움이 되느냐는 질문에 남학생의 42%, 여학

생의 53%가 그렇다는 긍정적인 대답을 하였다. 일본어 만화를 더 많이 보는 쪽은 남학생이지만 학습과 연관 지어 활용하는 쪽은 역시 여학생이 더 많았다.

일본 드라마를 본 적이 있느냐는 질문에서는 전체 63%의 학생이 우연히 본 적은 있고 17%는 정기적으로 보고 있다고 대답하였다. 이 가운데 여학생의 경우는 12%가 열렬한 팬이고, 21%는 정기적으로 보고 있다고 대답한 반면, 본 적이 없다고 대답한 학생은 9%에 지나지 않아 상대적으로 남학생에 비해 일본드라마에 대한 높은 관심도를 나타내고 있다.

어떤 경로를 통해 일본드라마를 보고 있느냐는 질문에 전체의 44%가 일본대중문화 4차 개방(2004년) 이후 정식으로 수입된 일본드라마를 방송해주는 Cable TV를 통해 본다는 대답이었고, 그 뒤를 바로 이어 인터넷으로 본다는 대답이 43%였다. 그 중에서도 남학생은 TV를, 여학생은 인터넷을 더 선호하는 경향을 보였다. 이것은 두 매체 모두 시간적인 제한이나 경제적 부담 없이 쉽게 접할 수 있는 경로이기 때문인 것으로 풀이된다.

일본드라마를 보기 시작한 시기를 묻는 질문에서는 근래 들어서라고 대답한 학생이 전체 76%로 압도적이었다.

한편, 여학생의 33%, 전체 24%의 학생이 정기적으로 일본드라마를 보고 있고, 열렬한 팬이라고 대답했음에도 불구하고 일본어 공부를 위해 일본드라마를 보고 있느냐는 질문에는 부정적인 대답이 주를 이루었다. 이것은 아직까지 드라마는 단지 드라마로 즐길 뿐 공부와 연결 지어 생각하고 있지는 않다고 해석할 수 있겠다. 전체의 18%만이 일본어 공부를 위해 드라마를 보고 있다고 대답했다.

자막 없이 일본드라마를 어느 정도 이해하느냐는 질문에서는 영화에서와 마찬가지로 38%정도만 20%이상 이해한다고 대답했을 뿐 전체 62%가 전혀 모른다고 대답했다.

일본어 학습을 위해 지금 현재 접하고 있는 대중문화를 묻는 질문에서 가장 큰 비율을 차지하는 부분은 남학생은 만화, 여학생은 드라마로 나타나 남녀 간의 선호도에 차이를 보였고, 향후 일본어 학습을 위해서 도움이 되는 분야를 묻는 질문에서도 역시 남학생은 만화를, 여학생은 드라마를 제일로 꼽았다.

일본대중문화 개방조치를 어떻게 받아들이고 있는지는 질문에 전체 45%가 잘한 일이며 42%는 잘 모르겠다고 대답해 긍정적인 반응과 무관심한 반응이 엇비슷하게 나왔다. 이 질문에서도 남녀 간에 약간의 의견차를 보이고 있는데, 남학생 쪽이 좀 더 긍정적인 반응을 보였다.

일본대중문화 개방과 일본에 대한 관심과의 관계를 묻는 질문에서 전체 45%는 개방이후 일본에 대한 관심이 높아졌고 43%는 별로 변함없다는 대답에서 일본대중문화의 개방이 학생들로 하여금 일본에 좀 더 가까이 다가가게 하는 계기가 되었음을 짐작할 수 있었다.

일본대중문화 개방과 일본어 학습과의 관련성을 묻는 질문에서는 전체 64%의 학생이 그렇다고 긍정적으로 대답해 향후 대중문화를 적극 활용한 학습으로의 발전까지도 충분히 생각해 볼 수 있는 대목이었다.

제2외국어로서 일본어를 선택하여 배우고 있는 학생들로서는 일본어를 통해 일본이나 일본문화에 관심을 갖는 것은 당연한 결과라고 생각한다. 전체 59%의 학생이 일본어를 배움으로써 일본대중문화개방에 관심을 갖는다고 대답하였고, 전체 68%의 학생이 일본어 학습을 통한 대중문화의 이해에 긍정적인 사고를 하고 있는 것으로 나타났다. 특히, 여학생의 경우는 74%라는 높은 수치를 보였다.

이로써 일본대중문화를 소재로 한 교육기자재를 적극 활용한다면 일본어교육에 있어서도 높은 학습효과를 올릴 수 있으리라고 예측할 수 있었다.

## 제 V 장 결론

현대는 대중매체에 의해 많은 부분이 지배되는 대중문화사회로 개방의 물결에 의해 다양한 외국문화가 상호교류하면서 우리 삶의 한 부분을 이루고 있다. 이러한 가운데 아직도 우리 사회는 민족적 정서로 인해 유독 일본대중문화에 대해서만 감정적으로 생각하고 개방을 꺼려왔던 것이 사실이다.

지난 50여 년 동안 일본대중문화와의 접촉이 금지되어 왔었기 때문에 1998년 1차 개방을 전후로 해서 사회적으로 많은 논란이 있었다.

개방초기에는 주로 민족정서, 퇴폐·저질 문화에 대한 우려가 컸지만, 3차 개방 이후에는 대체로 문화산업의 중요성, 한국사회의 과급효과 및 손익이 가장 중요한 논의의 쟁점이 되었다.

많은 기대와 우려 속에 일본대중문화의 개방이 단행되었고, 그 후 9년이 지난 지금 전면개방에 가까운 5차 개방까지 이루어졌다. 결과적으로 보면 일본대중문화의 개방이 한국사회에 미친 영향은 그다지 크지 않았다.

개방의 사회문화적 충격이 크지 않았던 요인으로는 일본 식민지라는 과거사로 상처받은 국민정서를 건드리지 않으려는 정부의 단계별 개방이 한 몫을 했고, 가장 큰 영향력을 행사하는 방송, 특히 지상파 방송의 오락프로그램이 개방되지 않았기 때문에 문화정체성 혼돈 등의 현상이 나타나지는 않았다. 또한 한국사회의 성숙도가 높아진 것도 사회 문화적 부작용이 크지 않은 데 기여했다고 볼 수 있다.

그러나 다른 한 편으로 생각해 보면 한 나라의 대중문화가 미치는 과급효과는 단순히 문화수출로서만이 아닌 자국 언어의 학습인구를 늘리는 효과도 있다는 것을 알아야 한다. 일본의 입장에서 보면 대중문화 개방이 미치는 영향은 실로 엄청나다고 할 수 있다. 향후 문화 개방 폭이 더 확대되면서 우리가 해야 할 일은 많이 있겠지만, 우선 대중문화를 정확하게 인식하고 발전시키며 주체적으로 받아들일 수 있는 힘을 부양해야 할 것이다.

또한 점점 더 사이버 공간에서 다양하게 증식되는 일본대중문화의 섭렵은 자칫하면 한국대중문화가 비하되는 문제도 있을 수 있다. 그런 점에서 일본의 대중문화는

우리 문화와 어떻게 다른지 문제의식을 가지고 폭넓게 살펴 볼 필요가 있다. 또한 일본대중문화의 유입이 한·일 문화의 상호교류 역할을 할 수 있도록 노력해야 할 것이다.

이런 가운데 일본대중문화가 일본어 교육에 미치는 영향은 매우 긍정적인 것으로 나타났다. 일본대중문화 개방조치에 대해서 전체 45%가 잘한 일이라고 대답하였고, 일본대중문화 개방이후 일본에 대한 관심이 더욱 높아졌으며, 전체 64%의 학생이 일본대중문화 개방이 일본어 학습과 관련이 있다고 대답해 향후 일본어 학습에 대중문화를 적극 활용하여 발전시킬 수 있는 가능성까지 예측해볼 수 있었다.

그러나 현재 일본대중문화에 노출되고 있는 시간이 증가함에 따라 학생들에게 나쁜 영향을 끼칠 우려와 염려의 소리 또한 높지만, 일본대중문화 개방이 학생들에게 서로 다른 문화를 이해시킴과 동시에 그 사회에 대한 간접경험을 할 수 있는 기회를 제공하는 면에서 일본어 학습능력에도 높은 상관관계를 가진다고 볼 수 있다.

이러한 연구과정을 통해 다음과 같은 시사점을 들 수 있다.

첫째, 일본대중문화를 통한 일본어 학습은 기존의 일본어 학습과정이 가지지 못한 잠재력이 높은 상호의사소통 지향적인 학습과정의 개발을 통해 더 높은 효과를 가져 올 수 있다는 점이다.

둘째, 문자위주나 문법교육위주의 기존 일본어학습 프로그램에서 회화위주나 대화형 프로그램으로의 변화를 가져올 수 있다는 점이다.

셋째, 서적 중심의 일본어학습 프로그램에서 인터넷, DVD, 상호의사소통방송을 통한 일본어학습 프로그램의 개발이 요구되고 있다는 점이다.

넷째, 대중문화를 이용한 일본어 학습의 개발을 위해 일본어 연극제나 일본어 발표대회와 같은 다양한 문화 프로그램이 수업과 병행되는 계기를 마련해야 할 것이다.

또한 일본대중문화 전문가들이 청소년들에게 꼭 도움이 되는 양질의 작품들을 선별하여 제공함으로써 일본문화를 더욱 쉽게 이해할 수 있는 기회를 만들어 주고, 수업에 직접 활용할 수 있는 한일 비교문화 프로그램이나 문화관련 교재를 개발하여 실제 수업에서도 그것들을 활용할 수 있는 기회를 만들어 주어 일본어 학습효과를 올리는 데 힘써야 할 것이다.

이번 연구에서 일본대중문화가 일본어학습에 미치는 영향에 대해 알아보고자 설문지를 통한 실태를 조사하면서 한 가지 아쉬웠던 점은 지역적, 시간적인 한계로 인해 좀 더 폭넓은 조사를 하지 못했다는 데 있다. 광주가 아닌 다른 지역이나 일본어 학습시간이 1년 이상 되는 대학생이나 일반인 학습자 집단에 대한 조사도 이루어졌더라면 좀 더 다양한 대답을 얻어 낼 수 있지 않았을까 하는 생각이 든다.

이번 조사를 통해 많은 학생들이 일본대중문화에 대해 상당한 관심을 갖고 있음을 알게 되었고, 일본어학습과 일본대중문화는 떼려야 뗄 수 없는 상호작용을 하고 있으며, 개방이 진행되면서 일본대중문화를 접하는 인구와 함께 일본어 학습자의 수도 점점 더 증가할 것이라고 예측 할 수 있었다.

앞으로는 일본어 학습자들이 일본어 학습효과를 높이기 위해 일본대중문화를 좀 더 가까이에서 접하면서 자연스러운 일본어를 구사할 수 있는 기회와 환경이 더욱 많이 주어져야 하리라고 생각한다.



## 參考文獻

### < 단행본 >

- 간자키 노리타케(2000), 『습관으로 본 일본인 일본문화』, 청년사
- 구건서(2000), 『현대 일본 문화론』, 시사일본어사
- 김달수(1986), 『일본속의 조선문화』, 조선일보사
- 김인현, 김정구(2000), 『현대일본의 이해』, 학문사
- 김영(2006), 『일본문화의 이해』, 제이앤씨
- 김지룡(1998), 『나는 일본문화가 재미있다』, 명진출판
- 김창남(1998), 『대중문화의 이해』, 한울 아카데미
- 김필동(2000), 『그때 일본은 울었다』, 새움
- 마크실링(1999), 『일본대중문화 여기까지 알면 된다』, 초록배 매직스
- 문화이론연구소편(2001), 『일본인과 일본문화의 이해』, 보고서
- 박전열(1998), 『일본의 문화와 예술』, 한누리미디어
- 박청국, 조영석, 김인현(2004), 『일본문화의 이해』, 제이앤씨
- 시바 료타로우 외 (2006), 『일본인과 일본문화』, 을유문화사
- 신한 종합연구소(1998), 『日本보고서』, 들녘
- 원광대학교 일본어교육연구회 편(2002), 『일본대중문화의 이해』, 제이앤씨
- 이규형(1998), 『J·J가 온다』, 해냄
- 이에나카 사부로(2004), 『일본문화사』, 까치
- 이연 외(1998), 『일본대중문화 베끼기』, 나무와 숲
- 홍윤기(1999), 『일본문화사』, 서문당
- 홍윤기(2000), 『일본문화백과』, 서문당

## <논문>

- 가사하라 유코(2005), 「일본대중문화가 일본어학습에 미치는 효과」, 경남대학교  
교육대학원 석사학위논문
- 김옥길(2000), 「일본대중문화에 관한 연구」, 경희대학교 교육대학원 석사학위논문
- 김종신(2000), 「일본대중문화에 대한 개방과 수용태세에 관한 연구」, 중앙대학교  
행정대학원 석사학위논문
- 나리마쓰 시노부(2003), 「일본대중문화 개방정책에 관한 연구」,경상대학교 대학원  
석사학위논문
- 배철희(2001), 「일본 대중문화 개방이 우리나라 고등학교 학생의 정서와 일본어  
학습에 미치는 영향에 관한 인식차 연구」, 건국대학교 교육대학원  
석사학위논문
- 유영미(2005), 「한일 양국 대중문화 수용에 관한 연구」, 중앙대학교 교육대학원  
석사학위논문
- 유영은(2003), 「청소년들의 일본대중문화 수용태도에 대한 고찰」, 경남대학교 교  
육대학원 석사학위논문
- 윤인창(2004), 「일본대중문화개방과 일본어학습과의 관계연구」, 동아대학교 교육  
대학원 석사학위논문
- 조병희(2002), 「일본대중문화가 일본어학습에 미치는 영향」, 중앙대학교 교육대학  
원 석사학위논문
- 최정은(2004), 「일본대중문화 개방영향 분석 및 전망」, 중앙대학교 교육대학원 석  
사학위논문

# 저작물 이용 허락서

학 과	일어교육전공	학 번	20058040	과 정	석사
성명	한글 : 박인숙    한문 : 朴仁淑    영문 : Park In-Sook				
주소	광주광역시 서구 치평동 금호쌍용아파트 209동 1401호				
연락처	062) 456-5150    E-MAIL : aska91@empal.com				
논문제목	한글 : 일본대중문화개방이 일본어 학습에 미치는 영향 영문 : The Effects of The Japanese Popular Culture Opening on Japanese Learning				

본인이 저작한 위의 저작물에 대하여 다음과 같은 조건 아래 조선대학교가 저작물을 이용할 수 있도록 허락하고 동의합니다.

- 다 음 -

1. 저작물의 DB구축 및 인터넷을 포함한 정보통신망에의 공개를 위한 저작물의 복제, 기억 장치에의 저장, 전송 등을 허락함.
2. 위의 목적을 위하여 필요한 범위 내에서의 편집·형식상의 변경을 허락함.  
다만, 저작물의 내용변경은 금지함.
3. 배포·전송된 저작물의 영리적 목적을 위한 복제, 저장, 전송 등은 금지함.
4. 저작물에 대한 이용기간은 5년으로 하고, 기간종료 3개월 이내에 별도의 의사표시가 없을 경우에는 저작물의 이용기간을 계속 연장함.
5. 해당 저작물의 저작권을 타인에게 양도하거나 또는 출판을 허락을 하였을 경우에는 1개월 이내에 대학에 이를 통보함.
6. 조선대학교는 저작물의 이용허락 이후 해당 저작물로 인하여 발생하는 타인에 의한 권리 침해에 대하여 일체의 법적 책임을 지지 않음.
7. 소속대학의 협정기관에 저작물의 제공 및 인터넷 등 정보통신망을 이용한 저작물의 전송·출력을 허락함.

2008 년 1 월 일

저작자 : 박 인 숙 (서명 또는 인)

**조선대학교 총장 귀하**