



[EAI 워킹페이퍼] 한일관계 세대분석_한일관계

‘나’중심적 대외관, ‘소비’하는 일본, 반일보다 ‘공정’

오승희
동아시아연구원

I. 들어가며

2019년의 한일관계는 1965년 한일국교정상화 이후 최악의 상태로 평가될만큼 악화되었다. 아베 총리는 2019년 7월 한국의 반도체 핵심소재(포토레지스트와 불화수소, 플루오린폴리이미드 등)를 중심으로 수출규제강화 조치를 단행하였고, 8월에는 한국을 수출심사 간소화 우대국인 백색국가(화이트리스트)에서 제외하기로 결정하였다. 이에 한국 국민들은 자발적으로 일본(상품) 불매운동을 전개하였고, 한국정부는 일본정부의 수출규제조치를 경제침략으로 규정하고 대일 수출규제 조치, 한일군사정보보호협정(GSOMIA, 지소미아) 종료 선언, 국산화 등으로 맞대응 조치를 취했다. 결국 지소미아 실효 직전 한국정부가 지소미아 종료통보의 효력정지라는 또 다른 예측불가능한 결정을 내렸다.

2020년 들어 코로나19 사태로 전세계가 위기를 맞은 가운데, 한일 간 교류는 더욱 단절되었다. 8월 4일 일본 기업의 자산을 압류했다는 공시송달이 발효하자 스가 요시히데(菅義偉) 관방장관은 일본 기업의 자산 매각시 보복을 시사하였다. 8월 7일 일본제철(구 신일철주금)이 한국 법원의 국내 자산 압류명령 결정에 불복해 즉시항고했다. 현금화는 당분간 미루어지고, 지소미아 종료여부를 둘러싼 논의가 여전히 남아, 역사-경제-안보 문제의 연계와 악순환과 정치화를 예고하고 있다. 다시 8월이 돌아왔고 한일관계는 여전히 해결의 실마리를 찾기 어려운 상황이다.

2019년 이후 지속되는 최악의 한일관계는 이제까지의 한일관계를 되돌아보고 앞으로의 한일관계는 어떠해야 하는지 성찰 과제를 제시하고 있다. 그렇다면 한국인은 일본에 대해 어떠한 생각을 가지고 있으며, 2019년 한일갈등은 이전의 일본관과 어떠한 변화를 나타내고 있는가?

한국인의 일본관을 살펴보기 위해, 본 연구는 2013년부터 2019년까지 매년 동아시아연구원(EAI)이 일본의 겐론NPO와 함께 진행한 <한국인의 동아시아인식조사>¹의 지난 7년간(2013-2019)의 결과를 집중 분석하였다. 2013년부터 지속되어 온 설문조사들 중 공통 질문은 추세를 살펴보고, 특정 이슈에 대한 질문에 대해서는 심층적으로 분석하였다. 2019년 7월 이후 악화된 한일관계를 반영하

¹ 매년 5-6월경 전국의 만 19세이상 성인남녀 1000명을 대상으로 약 17일-20일 간 종이설문을 이용한 1대 1 대면면접으로 진행되었다. 주민등록인구 현황에 따라 성별, 연령별, 지역별 비례할당 후 무작위 추출하였으며, 조사표본 1000명의 최대허용 표본오차는 95% 신뢰수준에서 ±3.1 %p이다.

기 위해 2019년 10월 시행한 <문재인 정부 중간평가>² 설문 중 일본관련문항들과 2020년 5월 실시된 <한국인의 정체성> 여론조사 결과³ 중 일본관련 문항들을 참고하여 설명을 보완하였다.

동아시아연구원이 그동안 축적해온 일본 관련 설문조사를 다각적으로 분석하는 과정에서 특히 한국의 청년세대가 일본과 한일관계를 바라보는 인식에 주목하였다. 20-30대의 청년세대는 밀레니얼(Millennials)과 Z세대로 구성된 'MZ세대'로 불리기도 한다. 학문적으로 정립된 개념은 아니지만, MZ세대란 1980년대 초부터 짧게는 1990년대 중반, 길게는 2000년대 초반에 출생한 밀레니얼 세대와 1990년대 중반부터 2000년대 초반에 출생한 Z세대를 통칭하는 표현이다.⁴

통칭 MZ세대의 주요 특징으로는 1) 디지털 환경에 익숙하며, 특히 Z세대는 디지털 기기를 원어 민처럼 자유자재로 활용하는 디지털 네이티브(Digital Native)이다. 2) 다양한 삶을 만나는 것을 추구한다(다만추), 3) 자신의 취향, 신념, 소신을 표출하는 일명 '미닝아웃(Meaning Out)'을 한다.⁵ 4) 일과 삶의 균형(워라벨)을 중시하며, 소비에 있어서도 최적의 만족을 위해 밸런스를 중시여기는 '밸런스익션'을 추구한다. 5) '나'를 중심으로 세계를 바라보며 자신의 만족을 우선으로 고려한다(Mysider). 평소에는 돈을 절약하다가도 자신을 위해 과감하게 소비하는 '플렉스(Flex)' 행위를 통해 자신의 성공과 부를 과시하기도 한다.

이밖에도 다양한 특징들이 있으나, MZ세대의 가치관과 선호도는 집단보다는 개인의 행복을, 소유보다는 공유를, 상품보다는 경험을 중시하며 균형을 추구하고, 자신의 신념을 표출하는 것을 중시하는 것으로 정리할 수 있다.

그렇다면 왜 MZ세대에 주목해야 하는가? MZ세대는 페이스북, 인스타그램, 유튜브 등 SNS를 기반으로 정보를 수집하는 주요 소비주체이자 정치적 영향력을 가진 한국 사회의 중추집단으로 성장하고 있다. 일본과 한일관계를 바라보는 MZ세대의 특징은 이전 세대와 구별되면서도 전체 평균에 영향을 미쳐 한국인의 일본관의 변화를 이끌어가고 있다는 점에서 주목할 필요가 있다.

이 글은 일본과 한일관계를 바라보는 MZ세대의 특징을 '나'중심의 대외관, '소비'하는 일본, 반일보다는 '공정'이라는 키워드를 중심으로 분석한다. 분석방법으로는 각년도 설문조사 중 19세-29세의 응답과 30-39세의 응답에 주목하였다. Z세대에 해당하는 19-29세의 응답과 밀레니얼 세대를 구성하는 29-39세의 응답을 평균과 다른 연령집단과 비교하는 방식을 채택하였다.⁶ 분석 과정에서 밀레니얼 세대와 Z세대가 비슷한 성향을 나타내는 경우도 있고, 상이한 경우도 나타났다. 따라서

² 2019년 10월 24일부터 29일까지 6일 간 전국의 19세 이상 성인 남녀 1000명의 휴대전화와 이메일로 이루어졌으며 95% 신뢰 수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%$ 이다.

³ 2020년 5월 6일부터 27일까지 전국의 만 18세 이상 성인남녀 1,003명을 대상으로 대면면접조사로 이루어졌다. 성별, 연령별, 지역별 비례할당 후 무작위추출하였으며, 95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차는 $\pm 3.1\%$ 이다.

⁴ 대학내일20대연구소. 2018. 『트렌드 MZ 2019』. 한빛비즈; 대학내일20대연구소. 『밀레니얼-Z세대 트렌드 2020』. 위즈덤하우스.

⁵ '미닝아웃'은 신념을 뜻하는 '미닝(Meaning)'과 '벽장 속에서 나오다'라는 뜻의 커밍아웃(Coming out)을 결합한 단어로 자신의 정치적, 사회적 신념을 소비로 표현하는 것을 의미한다(서울대 소비트렌드분석센터 2017).

⁶ 연령효과(aging effect)와 코호트 효과(cohort effect) 연구를 위한 구분에 따르면, 18-29세를 Z세대, 30-39세를 밀레니얼 세대, 40-49세를 X세대, 50-59세를 386세대, 60세 이상은 전후세대와 전전세대로 나누어 분석할 수 있다(박영득, 이재목 2016). 본 연구에서는 MZ세대에 주목하며 필요시 이전 세대와의 비교를 통해 차이를 확인한다.

19-29세, 30-39세 집단을 MZ세대 하나로 합치지 않고, 밀레니얼 세대와 Z세대의 각각의 흐름과 차이점, 공통점을 비교분석하였다.

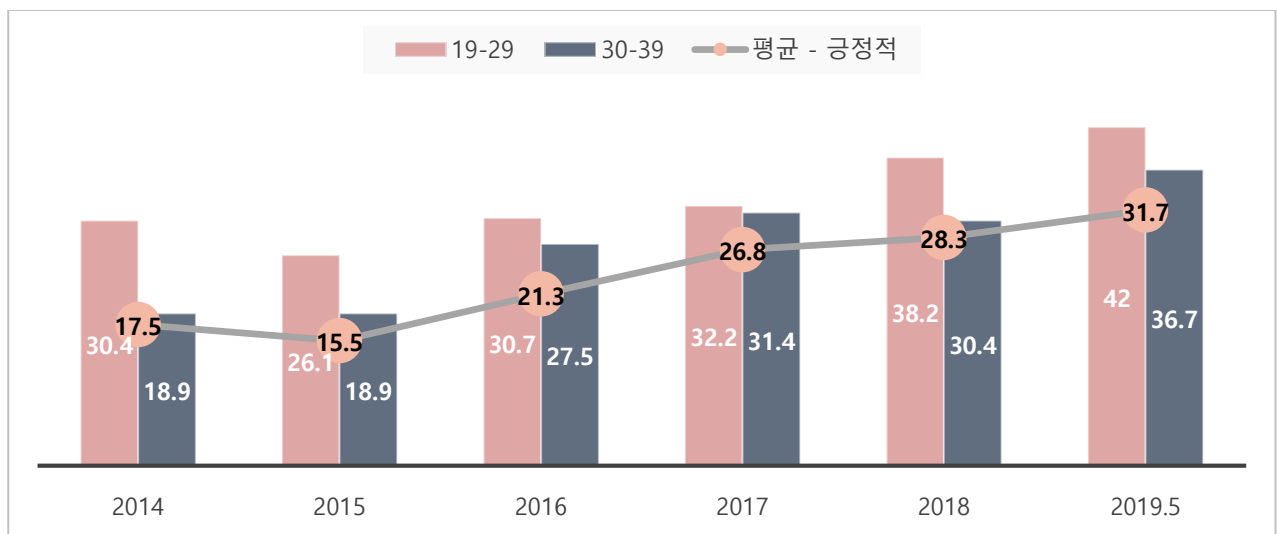
이 글의 구성은 다음과 같다. II장에서는 MZ세대의 일본에 대한 인식을 분석한다. 일본에 대한 인상과 일본의 국가정체성에 대한 MZ세대의 답변을 분석한다. III장에서는 MZ세대의 한일관계에 대한 인식을 검토한다. 한일관계의 과거, 현재, 미래에 대한 질문에 MZ세대의 특성이 어떻게 반영되어 나타나는지 살펴본다. IV장에서는 MZ세대의 일본관의 특징을 정리하고 한국인의 일본관이 변화하는지에 대해 논한다. V장에서는 MZ세대가 바라보는 일본과 한일관계의 변화가 한일 양국 간 외교정책에 어떠한 함의를 주는지에 대해 논의한다.

II. MZ세대의 일본 인식

1. 2019년 7월 이전 일본 인식 추이(2013-2019.5)

MZ세대에게 일본이란 무엇인가? 한일무역분쟁이 본격화되기 이전까지 2013년부터 지난 7년간의 호감도 추이를 보면, 전반적으로 일본의 한국에 대한 호감도가 낮아지고 있는 반면, 한국의 일본에 대한 긍정적 인상이 증가하고 있었다. 2016년 이후 일본의 한국에 대한 긍정적 인상은 29.1%→26.9%→22.9%→20%로 점차 하락하였다. 한국의 일본에 대한 긍정적 인상은 2015년부터 15.7%→21.3%→26.8%→28.3%→31.7%로 증가하였다. 2017년 이전까지는 일본인의 한국에 대한 인상이 한국보다 긍정적이었으나, 2017년 이후부터는 한국의 일본에 대한 긍정적 인상이 높아졌고, 부정적인 인상은 한일 양국 모두 2019년 5월 49.9%로 응답자의 약 절반이 상대국에 대한 부정적인 인식을 갖고 있는 것으로 나타났다.

그림 1. 일본에 대한 긍정적 인상(2014-2019)



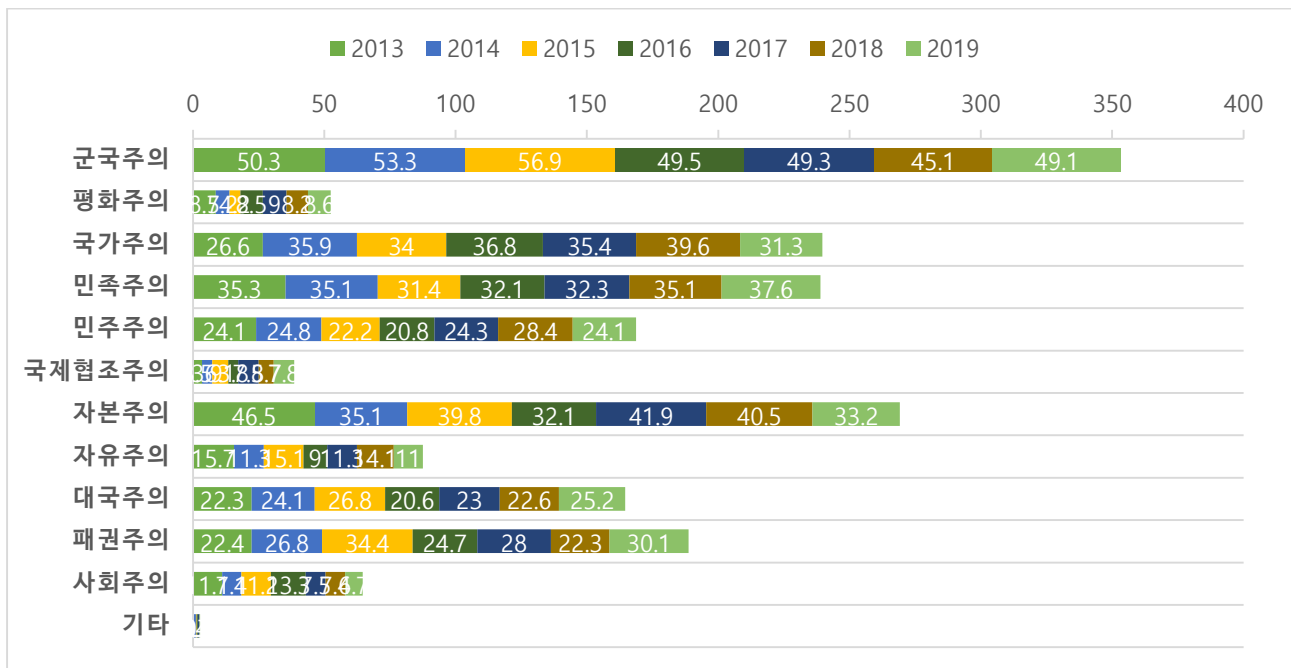
* 출처: 2014-2019 한일상호인식조사

2019년 5월 조사까지 한국인의 일본에 대한 긍정적 인상이 높아지는 추세가 나타난 것은 19-29세와 30-39세의 긍정적인 평가가 높게 나타나 전체 평균을 끌어올렸기 때문이라고 할 수 있다. ‘좋은 인상’과 ‘대체로 좋은 인상’을 합친 긍정적인 호감도는 19-29세에서 42%, 30-39세에서 36.7%를 보여준 반면, 50-59세 31%, 60세 이상 26%로 연령 간 호감도에서 큰 격차가 나타났다(그림 1 참조).⁷

MZ세대의 일본에 대한 긍정적인 인식은 일본이라는 나라의 국가정체성에 대한 질문에서도 확인된다. “일본 정치와 사회의 운영방식은 어떻게 되어있다고 생각하십니까?”라는 질문에 대해 선택 지로는 군국주의, 평화주의, 국가주의, 민족주의, 민주주의, 국제협조주의, 자본주의, 자유주의, 대국주의, 패권주의, 사회주의, 기타가 제시되었다.

2013년부터 2019년까지 매년도 설문조사의 응답 결과, 전반적으로 일본을 ‘군국주의’로 보는 의견이 가장 높게 나타났다. 2019년 기준으로 ‘군국주의(49.1%), 민족주의(37.6%), 자본주의(33.2%), 국가주의(31.3%), 패권주의(30.1%), 대국주의(25.2%), 민주주의(24.1%), 자유주의(11%), 평화주의(8.6%), 국제협조주의(7.8%), 사회주의(6.7%)’ 순으로 나타났다(그림 2 참조).

〈그림 2〉 일본의 정치 사회의 운영방식(2013-2019 누적, %)



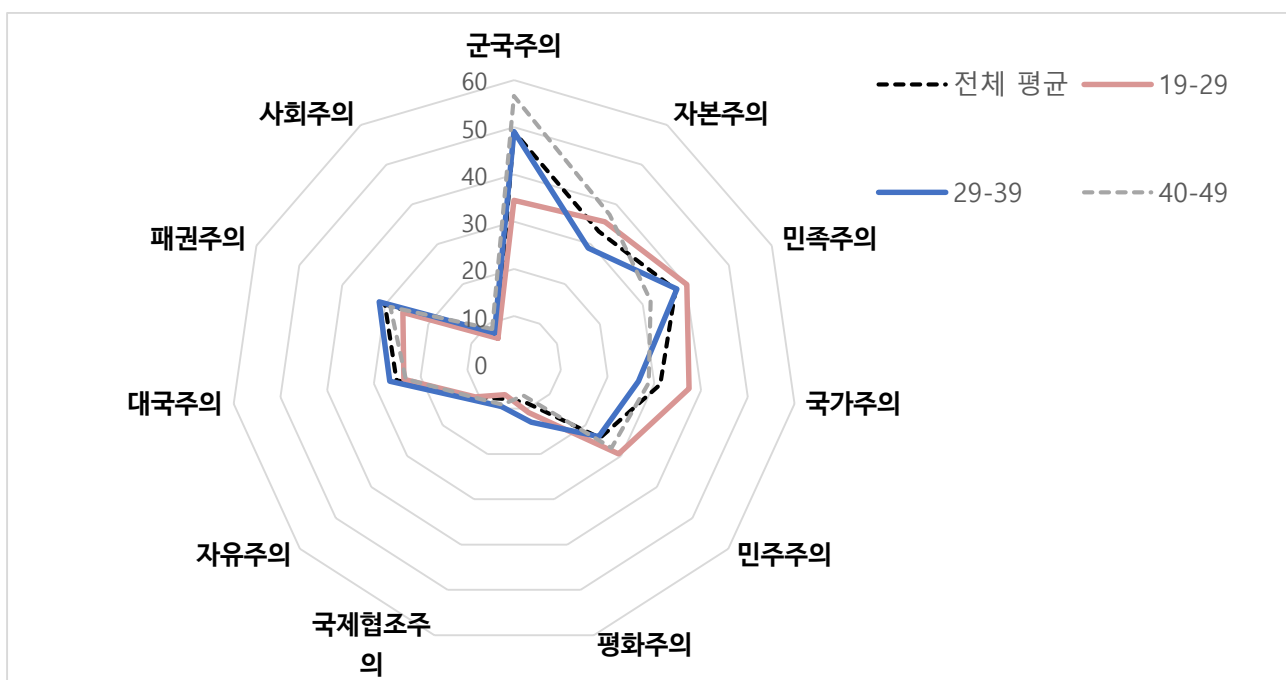
* 출처: 2013-2019 한일상호인식조사

그런데 응답 순위를 살펴보면, 세대별로 다소 상이한 인식이 나타난다. 2019년 조사결과를 연령별로 자세히 살펴보면, 19-29세는 민족주의(40.2%)-국가주의(37.4%)-자본주의(35.6%)-군국주의(34.5%)

⁷ 일본의 경우, 19-29세에서 27%, 30-39세에서 28%인 반면, 50-59세 19%로 연령이 증가할수록 점차 감소하여 60세 이상 층에서는 13%가 좋은 인상을 가지고 있다고 응답했다. 한일 양국 모두 19-39 세대가 다른 세대에 비해 상대국에 대해 좀 더 긍정적인 인상을 가지고 있음을 확인할 수 있다.

순으로, 30-39세는 군국주의(49.1%)-민족주의(37.9%)-패권주의(31.4%)-자본주의(29%) 순으로 나타났다. 19-29세와 30-39세가 다르게 나타나고 있음을 알 수 있다. 40-49세는 군국주의(56.6%)가 압도적인 응답을 보였고, 자본주의(37.4%)-민족주의(31.8%)-국가주의, 패권주의(28.8%) 순으로 나타났다. 50-59세는 군국주의(54.5%)-민족주의(43%)-자본주의(36.5%)-패권주의(30.5%)-국가주의(30%)로 나타났다. 60세 이상은 군국주의(49.1%)-민족주의(36%)-국가주의(33.3%)-패권주의(32.6%)-자본주의(28.8%)로 나타났다. 특히 19세-29세에서 일본이라는 국가를 군국주의나 패권주의로 인식하는 비율은 전체 평균보다 낮았고, 민족주의, 국가주의, 자본주의의 경우 평균보다 높은 비율로 나타나고 있다(그림 3 참조).⁸

〈그림 3〉 일본의 정치 사회의 운영방식 (2019 연령별 비교, %)



* 출처: 2019.5 한일상호인식조사

정리하면, 2019년 7월 이전까지 7년간 일본에 대한 인식을 살펴보면, MZ세대는 세대 전체 평균과 비교해볼 때 일본을 다소 긍정적으로 바라보는 경향이 나타나며 특히 19-29세의 경우 좀 더 우호적으로 평가하였다.

2. 2019년 7월 이후 일본에 대한 인식

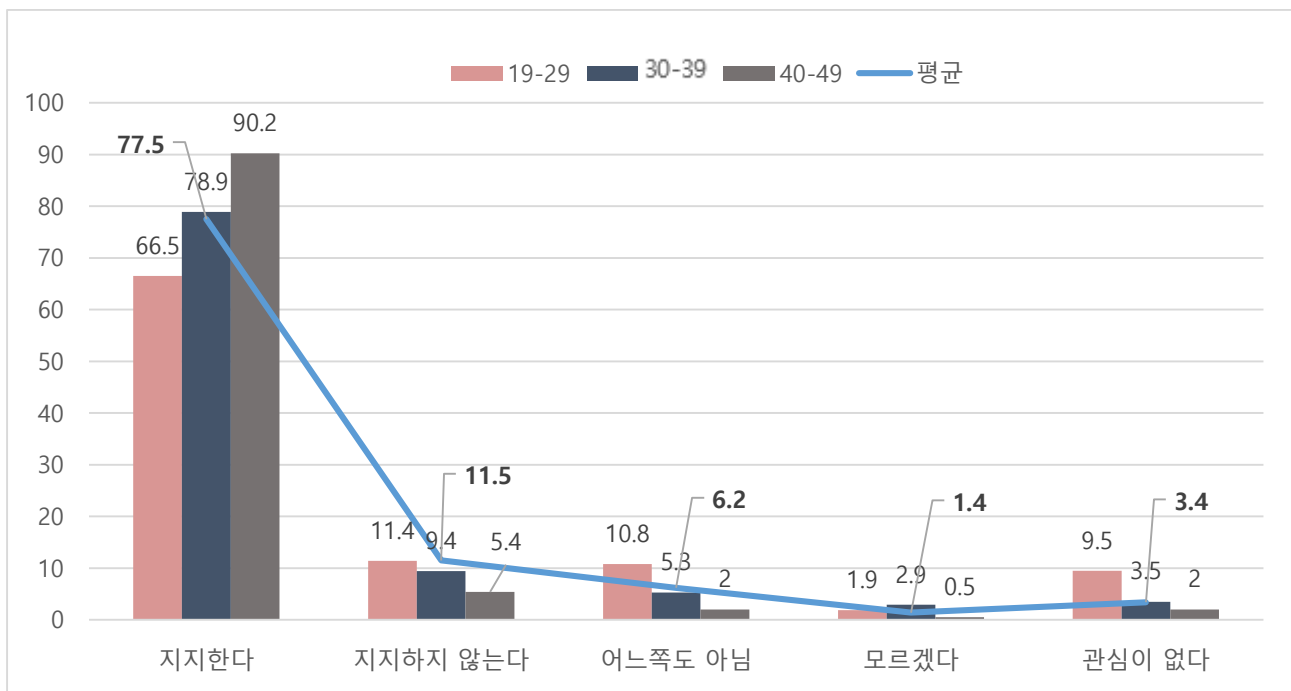
일본에 대한 긍정적인 인상은 2019년 7월 이후 다른 양상으로 나타난다. 2019년 7월 아베 신조 일본 총리의 수출억격화 조치 이후 이에 대항하여 한국에서 일본상품 불매운동이 전개되었다.

⁸ 군국주의 일본에 대한 인식의 변화에 대해서는 <한일관계 세대분석_안보>편에서 자세히 다룬다.

2019년 10월 동아시아연구원이 실시한 설문조사에 따르면, 전반적인 일본에 대한 호감도가 상당히 낮아진 가운데, MZ세대의 일본에 대한 긍정적 인상 역시 19-29세에서 25.9%, 29-39세에서 22.8%로 평균 27.6%보다 낮게 나타났다. 또한, 일본 상품 불매운동에 대해 19-29세 집단에서 66.5%가, 30-39세 집단에서 78.9%가 일본상품 불매운동을 지지한다는 의견을 밝혔다. 전체 평균 77.5%에 비교해보면, 19-29세는 전체보다 지지하는 비율이 낮고, 30-39세 집단에서는 평균보다 높아 밀레니얼 세대와 Z세대 간의 차이가 나타난다.

2019년 7월 이후 악화된 한일 갈등 속에서도 전반적인 한일관계 악화 속 세대간 약간의 차이가 나타난다. 2019년 10월 설문조사에서 한국에서 전개된 일본 불매운동 지지여부를 묻자 모든 세대에서 불매운동 지지 응답이 높았다. 특히 이번 불매운동에는 그동안 일본에 높은 호감도를 보여왔던 젊은 세대의 참여도 높았다. 다만 19-29세에서 불매운동 지지도가 가장 낮게 나타났고 30-39세는 평균과 비슷했다. 40대의 90.2%에 비한다면 19-29세의 일본에 대한 반감이 다소 낮게 나타났고 밀레니얼 세대의 점수와 비슷하게 평균이 형성되는 특징을 확인할 수 있다.

〈그림 4〉 한국에서 전개된 일본 불매운동 지지여부



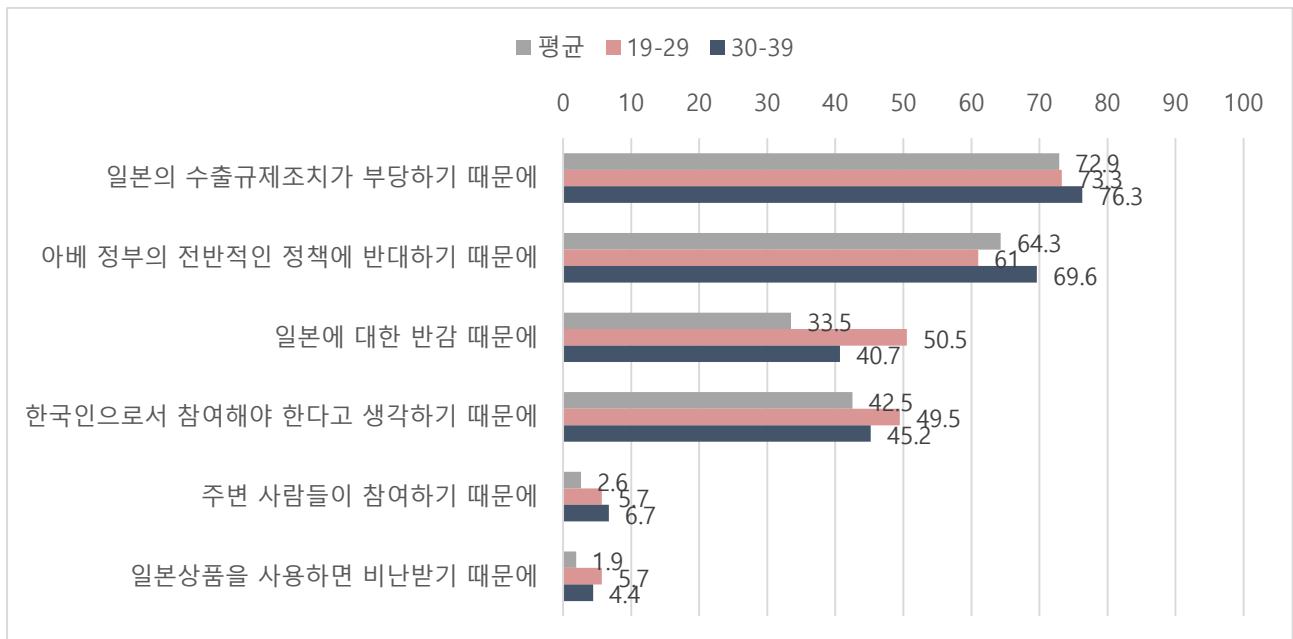
* 출처: 2019.10 일본인식조사

〈그림 5〉의 불매운동을 지지하는 이유를 살펴보면, ‘수출규제조치에 대한 부당함’이 모든 세대에서 가장 많은 응답을 기록한 가운데, ‘아베 정부의 전반적인 정책’에 대한 30-39세의 반대가 뚜렷하고, ‘일본에 대한 반감’이 MZ세대 모두에서 나타난 점, ‘한국인으로서 참여해야 한다’는 응답이 MZ세대에서 나타난 점, 주변으로부터의 반응에 민감하게 반응한다는 점을 주목할 필요가 있다.

〈그림 6〉의 불매운동을 지지하지 않는 이유에 대해서는, 19-29세에서는 ‘불매운동이 효과적이지 않다고 생각하기 때문에’와 ‘주변의 흐름에 휩쓸리고 싶지 않기 때문에’가 44.4%로

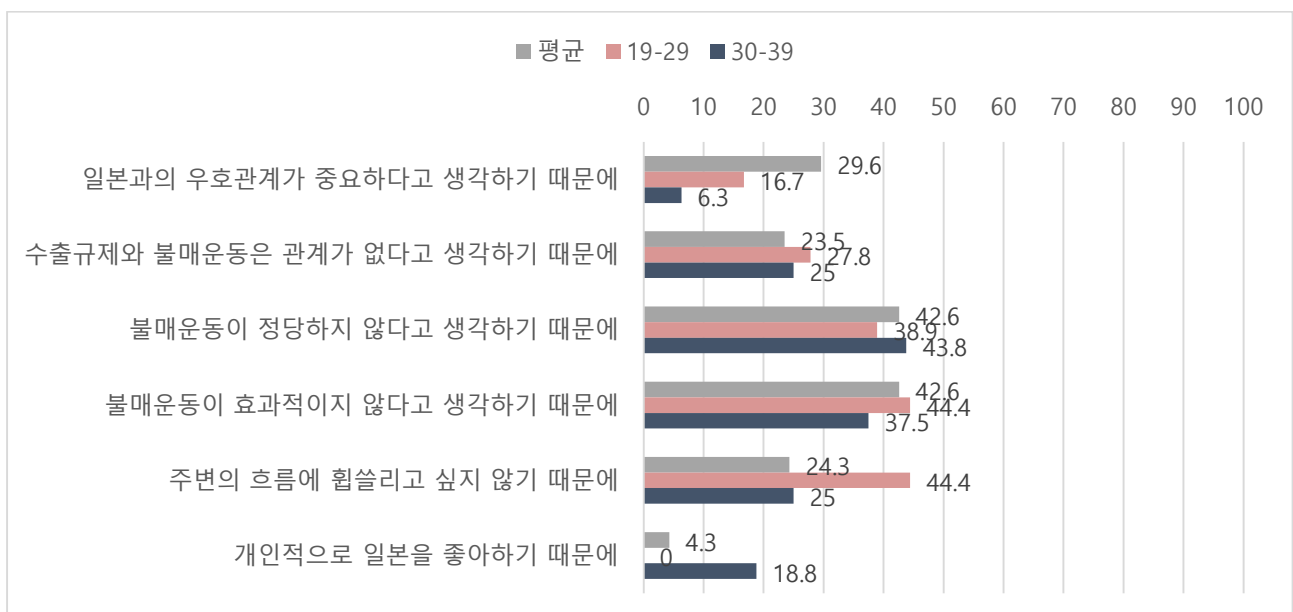
높게 나타났다. 30-39세에서는 ‘불매운동이 정당하지 않기 때문에’가 43.8%로 나타났다. 흥미로운 것은 ‘개인적으로 일본을 좋아하기 때문에’가 밀레니얼 세대에서는 18.8%로 평균보다 3배이상 높게 나타났지만, Z세대에서는 0%를 기록하였다는 점이다. 반면 ‘일본과의 우호관계가 중요하기 때문에’는 평균보다 훨씬 하회하는 응답율을 보였다.

〈그림 5〉 불매운동을 지지하는 이유(다중선택, %)



* 출처: 2019.10 일본인식조사

〈그림 6〉 불매운동을 지지하지 않는 이유(다중선택, %)



* 출처: 2019.10 일본인식조사

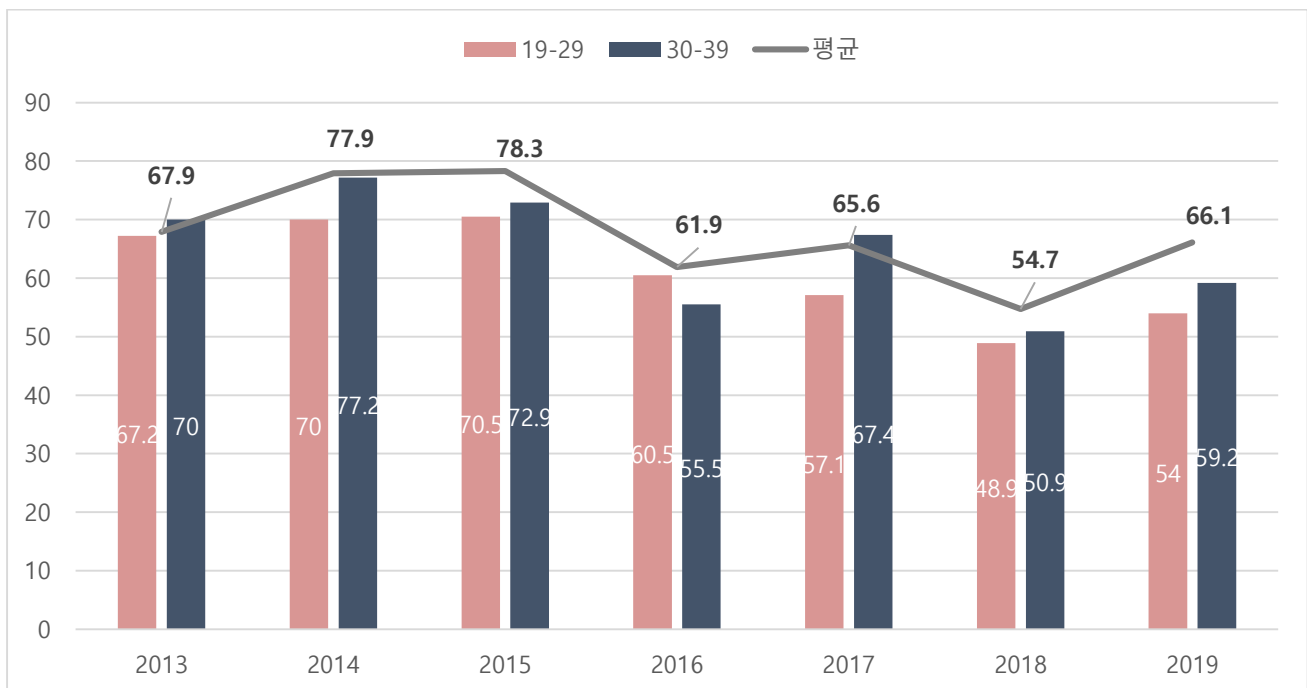
2019년 7월 한일 갈등 이전 일본을 긍정적으로 인식했던 MZ세대는 갈등 이후 다른 세대와 마찬가지로 일본에 대한 불매운동에 참여하였다. 일본에 대한 개인적인 호감도를 부정하는 상황도 확인할 수 있었다. 2019년 한일 갈등 전후에 나타난 MZ세대의 일본관의 변화와 그 변화요인을 분석할 필요가 있다. III장에서 한일관계에 대한 인식의 변화를 살펴본 후 IV장에서 MZ세대의 특징을 바탕으로 MZ세대의 일본에 대한 호감도와 2019년 7월 이후의 변화 과정을 살펴본다.

III. MZ세대의 한일관계 인식

1. 2019년 7월 이전 일본 인식 추이(2013-2019.5)

2013년부터 매년 현재의 한일관계에 대한 입장을 조사한 결과, 전반적으로 부정적인 평가가 높은 가운데, 19-29세와 30-39세에서는 부정적인 평가 비중이 평균보다 낮게 나타났다. 일본에 대한 인상과 마찬가지로, 현재 한일관계에 대한 평가에서도 다른 세대보다는 덜 부정적으로 보는 인식이 나타났으며, 특히 19-29세에서 부정적 입장의 비중이 평균보다 낮았다(그림 7 참조).

〈그림 7〉 현재 한일관계에 대한 입장-부정적 (%)

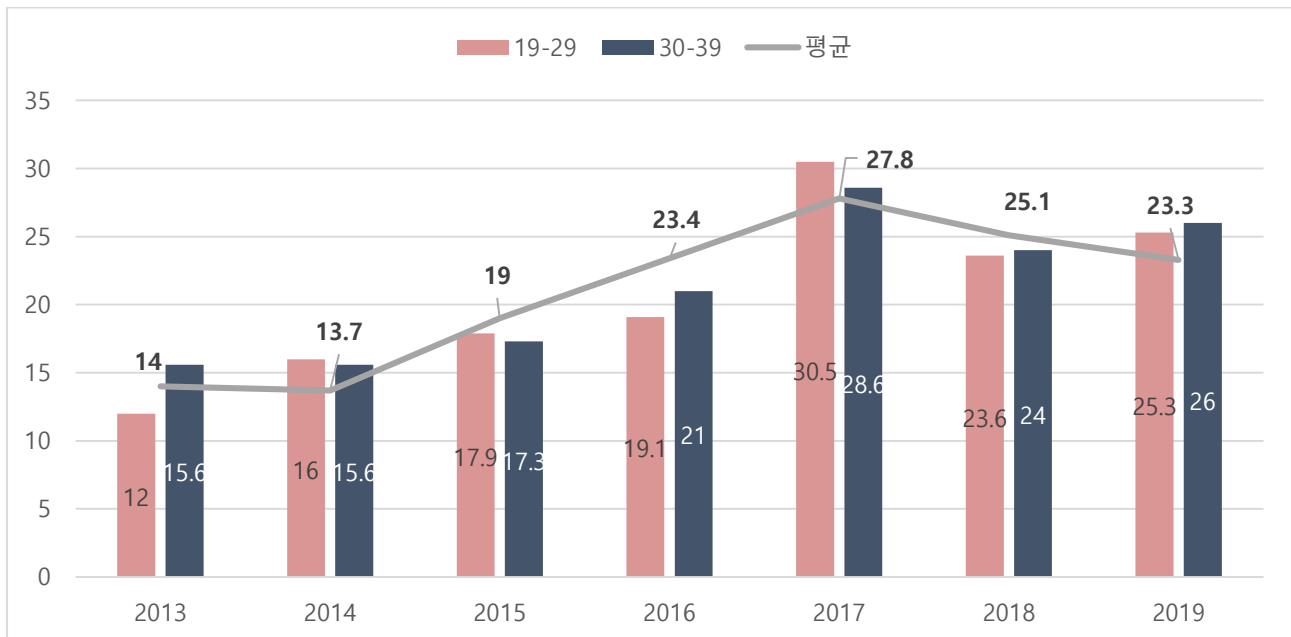


* 출처: 2013-2019 한일상호인식조사

한일관계에 대한 긍정적인 전망은 부침을 거듭했다(그림 8 참조). 2013-2014년에는 긍정적인 전망이 두드러졌으나, 2015년부터 긍정적 전망이 감소했다 2017년에 다시 좋아질 것으로 전망하였다. 2018년에 다시 낮아졌다가 2019년 다시 긍정적인 전망이 나타났으나, 2019년 한일관계는 심각한

타격을 입었다.

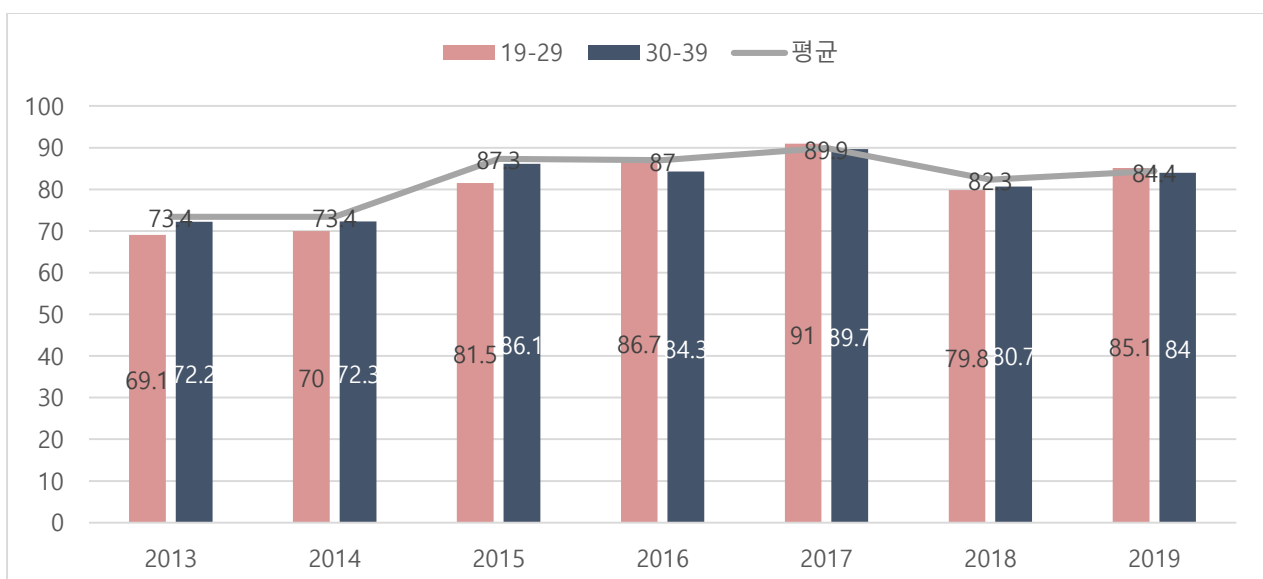
〈그림 8〉 한일관계의 미래에 대한 전망 - 좋아질 것이다 (%)



* 출처: 2013-2019 한일상호인식조사

한일관계가 중요하다고 인식하는 비중은 2017년을 제외하고는 평균을 하회하는 가운데, 한일관계가 중요하다는 답변이 80대로 매우 높게 나타나고 있으며, 2019년은 19-29세에서 평균보다 높게 나타났다(그림 9 참고).

〈그림 9〉 한일관계의 중요성 - 중요하다(%)

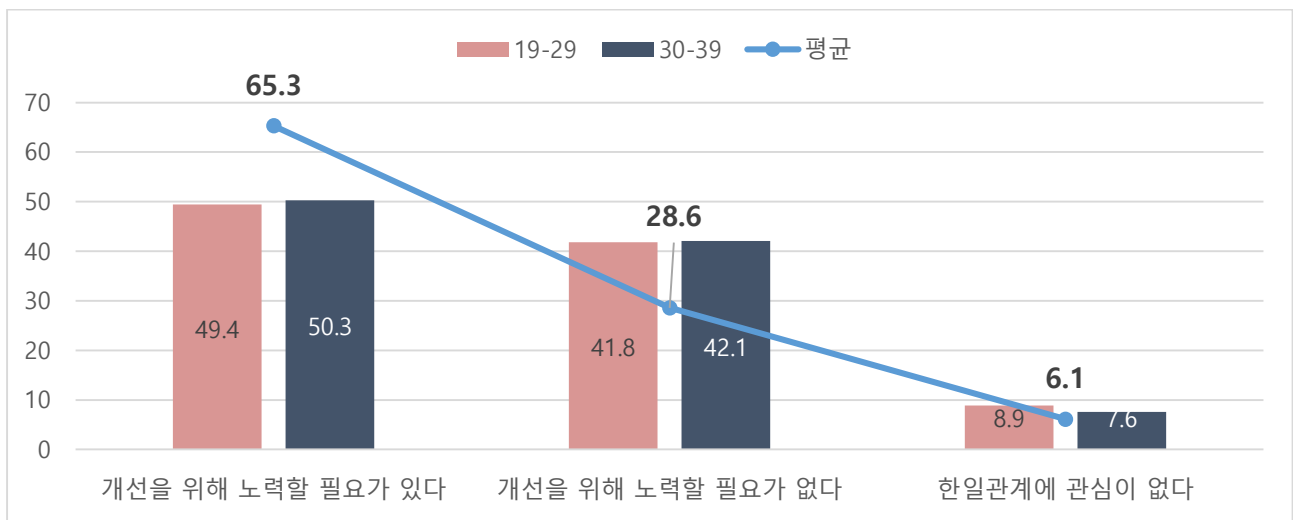


* 출처: 2013-2019 한일상호인식조사

2. 2019년 7월 이후 한일관계 인식

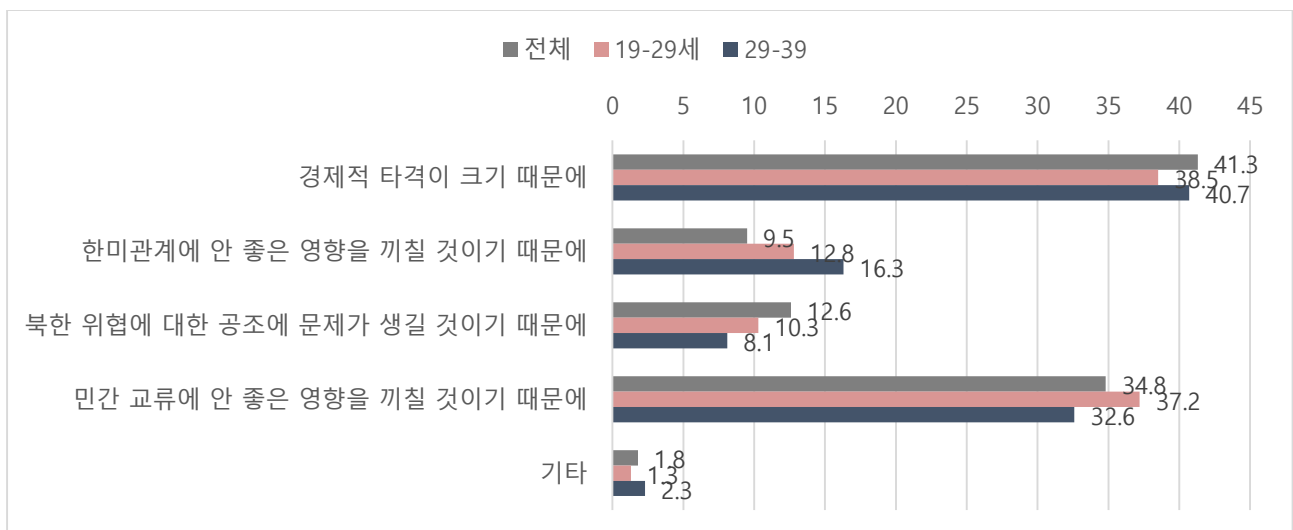
2019년 최악으로 평가받는 한일관계의 개선 노력에 대해 전반적으로 개선을 위해 노력할 필요가 있다는 응답이 높았으나, MZ세대의 경우 개선을 위해 노력할 필요가 없다는 응답과 크게 차이하지 않았다. 노력해야 한다는 응답이 다른 세대 보다 낮았고, 노력할 필요가 없다는 응답이 평균보다 46% 높았다.

〈그림 10〉 악화된 한일관계 개선 노력의 필요성



* 출처: 2019.10 일본인식조사

〈그림 11〉 한일관계 개선노력이 필요한 이유



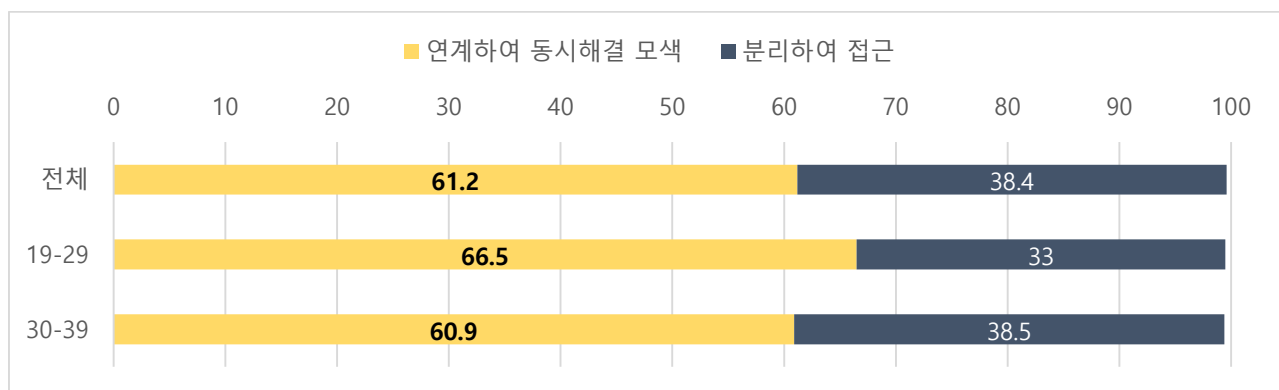
* 출처: EAI 2019.10 일본인식조사

2019년 악화된 한일관계를 개선해야 하는 이유에 대해서는, 전반적으로는 한일관계 개선을 위해 노력해야 하며(65.3%), 그 이유는 경제적 타격이 크고(41.3%), 민간교류에 부정적인 영향을 미치기

때문(34.8%)이라고 답했다(그림 11 참조). 한일간 경제교류와 민간교류의 중요성이 반영된 대답이다. 19-29세의 경우 평균보다 한미관계에 안 좋은 영향을 미친다는 인식이 높고, 민간교류에 대한 우려도 높게 나타났다.

다른 집단 보다 일본에 대한 인식에서 미국과 민간교류를 연계하여 인식한다는 점은 한일관계를 양자간 역사문제에 한정하여 바라보던 시각으로부터의 변화를 보여준다. 특히 MZ세대는 미국과 일본에 대한 호감도가 다른 집단보다 높게 나타나며, 한일관계를 바라보는 시각에 문화와 경제적 요인이 강조되고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 한일관계가 중요하다고 생각하는 이유(중복 응답)로는, 경제와 산업 측면에서 상호의존성을 강화하고 있으며 공통 관심사를 갖고 있어서(45.8%), 중요한 무역상대이기 때문에(43.7%), 이웃국가이기 때문에(40.1%), 역사적, 문화적으로 관계가 깊은 아시아 국가이기 때문에(39.5%) 순으로 나타났다.

〈그림 12〉 역사문제와 다른 현안들의 연계 또는 분리



*출처: EAI, 2020. 한국인의 정체성 조사

2019년 10월 조사에서 한일 관계의 발전을 위해서는 역사문제, 독도문제, 교육문제를 해결해야 한다는 답변이 전반적으로도 높고, MZ세대가 평균보다도 더욱 높게 나타났다.⁹ 2020년 5월 실시된 EAI의 〈한국인의 정체성〉 조사에서는 ‘한일관계 개선을 위한 바람직한 역사문제 접근방식’을 묻는 질문에 대해 역사문제와 한일 간 다른 사안들을 연계하여 동시에 해결해야 한다는 응답이 전반적으로 많았다. 특히 19-29세에서는 역사문제의 연계 접근을 지지하는 비중이 더욱 높았다.

IV. MZ세대 일본관의 변화요인

밀레니얼 세대와 Z세대는 유사한 경향을 보이면서도 한일 갈등이 심각해진 2019년 10월 조사 결과에서는 19-29세와 30-39세 집단이 다소 구별되는 양상이 나타난다. 특히 19-29세에서는 40세 이상의 세대와는 뚜렷한 차이를 나타내고 있으며 평균과는 다소 차이가 나는 반면, 밀레니얼 세대

⁹ MZ세대의 역사문제에 대해서는 〈한일관계 세대분석_역사〉편에서 보다 자세히 다룬다.

는 전반적인 경향은 Z세대와 유사하면서도 전체 평균에 근접한 비중을 나타낸다. Z세대는 이전 세대로부터의 변화를 추동한다는 점에서, 밀레니얼 세대는 한국사회 전반의 흐름을 읽어내는데 가까운 의견을 대변하기 시작하고 있다는 점에서 MZ세대의 인식에 주목할 필요가 있다. MZ세대를 설명할 수 있는 공통적인 특징을 바탕으로 조사결과에서 나타난 MZ세대의 일본과 한일관계 인식의 변화요인을 짚어본다.

1. ‘나’중심적 대외관과 민족주의의 상호작용

MZ세대는 ‘나’를 중심으로 세상을 바라본다. 내가 선택한 정보와 주변의 추세를 확인하면서도 구별되는 나만의 이유를 근거로 세계를 바라보고 관계를 설정한다. II장과 III장에서 살펴보았듯이, MZ세대의 일본인식과 한일관계 인식은 2019년 7월 조사 전후로 변화된다. 한일관계 악화라는 환경요인을 반영한 당연한 변화일 수도 있겠지만, 2019년 7월 갈등 이전의 우호적인 감정이 어떻게 10월 조사에서 부정적으로 전환되는지, 불매운동을 통해 나타나는 일본에 대한 감정에서 나타나는 MZ세대의 특징이 무엇인지 살펴볼 필요가 있다.

일본과 한일관계에 대한 MZ세대의 긍정적인 평가와 2019년 한일관계 악화 이후의 인식 변화는 기존의 반일민족주의와 ‘나’ 중심의 일본관의 상호작용을 통해 설명될 수 있는 부분이 존재한다.

기성세대 한국인은 일본을 타자로 하는 민족 정체성을 형성해왔다. 한국의 민족주의는 식민지 경험에서 발로한 배타적 민족주의로 반일 담론이 강하게 형성되어 왔으며 탈냉전기 한일 간 상대적 국력이 변화하면서 민주화를 경험한 한국인들은 당당한 외교를 요구하며 정부에 보다 강경하게 반일감정을 표출하기 시작하였다(이원덕 2014). 한국인의 반일감정은 부러움, 질투, 분노, 증오가 복합적으로 응축된 것으로(전재호 2019), 최장집(1996)은 한국인의 대일 이미지가 자기분열증적(schizophrenic) 특성을 갖는다고 지적한 바 있다.

‘나’라는 자기 중심적 사고에 기반하여 타자를 바라보는 MZ세대는 일본을 바라보는 인식을 재구성한다. 식민지 경험으로부터 벗어나 ‘나’를 중심으로 한국을 인식하고 일본과의 관계를 설정하면서 더 이상 한국은 ‘식민지’ 객체가 아닌 주체로서의 한국으로 자리하며, 한일관계 역시 기존의 위상과는 다르게 위치지어진다.

한일관계는 민족주의 이데올로기에 기반하여 인식되어 왔다. 일본에 대해서만큼은 ‘한국인’이라는 정체성에 기반하여 사고하게 한다는 점에서 국가는 개인을 ‘호명’해왔다.¹⁰ MZ세대의 정체성은 자기를 중심으로 국가와의 관계를 설정하고 타자를 인식한다는 점에서 일견 민족주의 이데올로기로부터 상당히 벗어나 있는 것으로 여겨진다. 분명 2019년 이전까지 다른 세대보다 다소 우호적인 일본관은 개인으로서 내가 직접 경험하는 일본/일본인은 생각보다 친절하고, 상냥하며, 즐겁고, 자유롭

¹⁰ 알튀세르(Louis Althusser)는 『이데올로기와 이데올로기적 국가장치』에서 “이데올로기는 개인들을 주체로 호명(interpellation)한다”고 설명한다. 민족주의 이데올로기가 작동하는 양식에서 개인이 어떻게 호명되는가에 주목하여 생각해볼 수 있다.

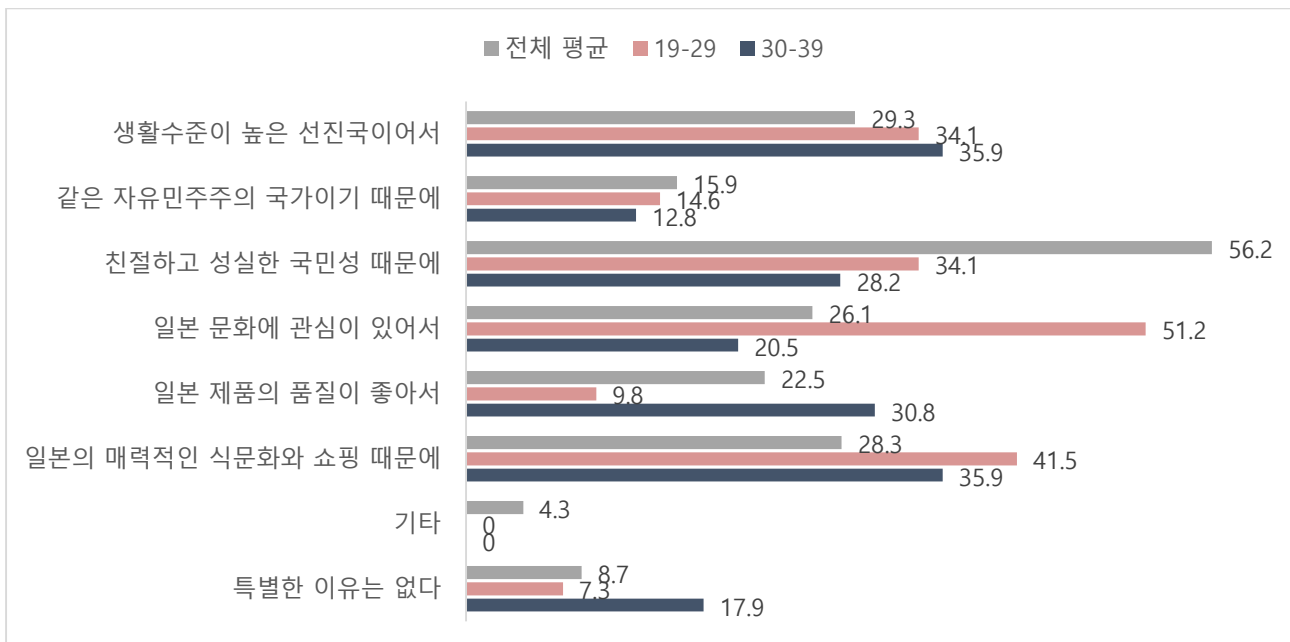
게 선택하며 ‘다만추’를 누릴 수 있는 공간이었다.

그러나, 2019년 악화된 한일관계는 ‘나’ 중심의 개인들을 한국인으로 호명하여 민족주의 이데올로기가 요구하는 주체로 자리매김하게 한다. SNS를 중심으로 마치 활발한 놀이의 공간처럼 시작된 일본상품 불매운동은 어느 순간 “독립운동은 못했어도 불매운동은 한다”¹¹라는 자발적인 민족주의적 호명에 응하는 방식으로 변화된 것이다. ‘한국인이니까’ 당연히 참가한다거나 주변의 시선을 의식하여 불매운동에 참가할 수 밖에 없다고 응답한 MZ세대는 역시 기성세대의 반일 이데올로기 호명 메커니즘으로부터 자유롭지는 못하다는 점을 보여준다. 한일 간 역사문제가 문제 해결의 핵심으로 자리잡는 구조가 강화되는 것으로 나타난다.

2. 소비(안)하는 일본과 가치 소비

MZ세대는 소비로 자기를 표현한다.¹² 자신의 취향을 드러내면서도 ‘착한 소비’, ‘윤리적 소비’와 같이 의미를 담아 소비한다. 게다가 디지털에 친화적인 MZ세대는 SNS를 통해 가치관으로 자아를 연출하고자 하며, 자신의 정치적, 사회적인 신념을 소비로 표현하는 ‘미닝아웃’을 한다. 소비를 통해 정치적, 사회적 메시지를 발신하고 자신을 확인하며 가치를 추구한다.

〈그림 13〉 일본에 대해 좋은 인상을 갖는 이유(1+2순위)



*출처: EAI 2019.10 일본인식조사

¹¹ 한겨레. 2019.08.15. ““독립운동은 못했어도 불매운동은 한다”...광화문 밝힌 ‘10만 촛불’ http://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/905932.html

¹² 신동아. 2020.03.01. “ 소비로 자기 표현하는 MZ세대.” <https://shindonga.donga.com/3/all/13/1990682/1>

2019년 5월 조사에서 일본에 대해 좋은 인상을 가지게 된 이유(1+2순위)는 전체 평균의 경우, 1) 친절하고 성실한 국민성 때문에(69.7%), 2) 생활 수준이 높은 선진국이어서(60.3%), 3)일본 제품의 품질이 좋아서(21.3%) 순이었다. 19-29세의 경우 1) 친절하고 성실한 국민성(63%), 2) 생활수준이 높은 선진국(63%)이 공동 1순위이며, 그 다음으로 3)일본의 매력적인 식문화와 쇼핑(27.4%)가 언급되었다.

2019년 10월 한일관계가 악화된 이후에도 일본에 대해 호감을 갖게 하는 요인으로는 전체 평균의 경우 친절하고 성실한 국민성(56.2%), 생활수준이 높은 선진국(29.3%), 일본의 매력적인 식문화와 쇼핑(28.3%) 순으로 나타났다. 19-29의 경우 문화에 대한 관심사가 매우 높게 나타남을 확인할 수 있다. 일본 문화에 관심이 있어서와 일본의 매력적인 식문화와 쇼핑 때문에 일본에 좋은 인상을 갖는 것으로 나타났다(그림 13). 일본여행, 일본상품 구매와 일본 문화 소비하는 자신의 취향을 드러내는 소비 대상이다. 일본이 담겨진 스토리와 이미지를 소비하고 이를 SNS를 통해 과시하기도 하며 다만추와 미닝아웃, 플렉스를 향유할 수 있었다.

MZ세대에게 일본상품 불매운동은 소비로 자신을 표현하는 주체가 ‘소비하지 않음’을 선택한 것이다. 일본산 대신 한국산 제품을 구매하는 미닝아웃 소비로 이어진다. 일본 역시 소비하는 대상이었고, 2019년 일본상품 불매운동은 일본 소비에 제동이 걸린 것으로 불매운동에 참여하는 MZ세대가 일본을 소비하는 대신 불매운동을 SNS에 홍보하고 자신의 소신과 신념을 소통하는 장으로 활용한다. 일본에 여행을 가거나 일본 맥주를 마시면 주변으로부터 비난받을 수 있다는 점을 의식하거나, 일본의 부당한 조치에 저항한다는 신념과 맞닿아 미닝아웃 기제가 작동하게 된다.

3. ‘애국+반일’에서 ‘공정+정당’으로

2019년 7월 한일관계가 악화된 이후 진행된 10월 조사의 경우 ‘일본에 대한 인상’, ‘한일관계에 대한 인식’, ‘아베 총리에 대한 인식’, ‘한일관계의 미래에 대한 전망’ 모두 부정적으로 나타났다. 다만 아베 총리에 대한 인식은 긍정적인 인상이 1.4%, 부정적인 인상이 90.1%로 나타났으며, 현재 한일관계에 대한 인식은 ‘긍정적’ 1.2%, ‘부정적’ 91.9%로 총리에 대한 인상과 한일관계에 대한 인상이 극도로 부정적으로 나타난 반면, 일본에 대해 긍정적인 인상은 27.6%, 부정적인 인상은 59.5%에 그쳐 최악의 한일관계에 당면하여 일본 전반에 대한 인식은 아베 총리 개인에 대한 인식보다 상대적으로 덜 악화되었다고 평가할 수 있는 측면이 있다.

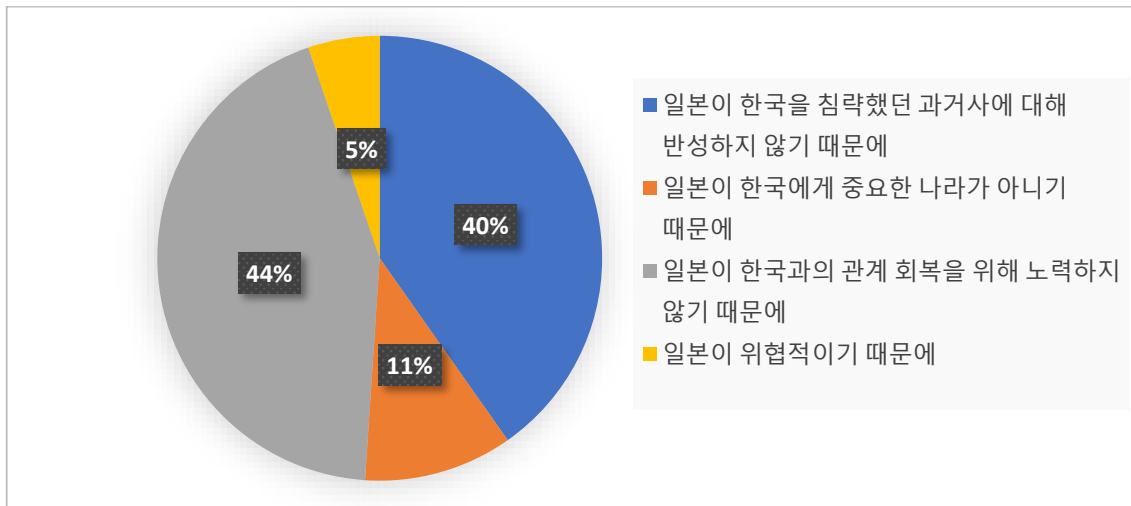
앞서 II장과 III장에서 살펴본 자료들 중에서 흥미로운 점은 부당한가, 정당한가의 논의가 중요하다는 점이다. 불매운동을 지지하는 이유로 일본의 조치가 ‘부당’하기 때문에 이에 대응하는 정당한 조치라고 생각한다는 답변이 높았다. 반대로 불매운동을 지지하지 않는 이유도 불매운동이 ‘정당하지 않기’때문이라는 의견이 높았다. 불매운동을 지지하든, 지지하지 않든 간에 모두 자신의 행동이 ‘정당’하다는 신념에 기반하고 있다는 점이 특징이다. 이는 MZ세대뿐만이 아니라 세대 전반에 걸쳐 나타나는 현상으로 특히 MZ세대에서 이러한 경향이 조금 더 높게 나타나고 있다.

2019년 한일관계 악화 요인을 아베 총리의 부당한 조치에 대응하는 것으로 인식하고 일본 불매운동이 일본 전체에 대한 혐오로 확산되지 않도록 주의해야 한다는 의견이 나오기도 하였고, ‘반일

본'이 아닌 '반아베' 운동으로 전개하자는 움직임도 있었다.¹³

일본에 대해 좋지 않은 인상을 갖는 이유로는 역사 반성, 위안부 문제, 독도문제에 대한 언급이 가장 많았다. 특히 MZ세대에서 일본군'위안부'문제에 대한 인식이 매우 높게 나타나고 있다. 또한 '일본 내의 혐한 정서' 때문에 좋지 않은 인상을 갖는다는 응답이 다른 집단보다 높았다는 점도 주목할 필요가 있다. 상대방의 혐오에 대한 상호 부정적 인식의 악순환에 주의해야 한다.¹⁴

〈그림 14〉 한일관계 개선이 필요하지 않은 이유



*출처: EAI 2019.10 일본인식조사

2019년 10월 조사에서 한일관계 개선이 필요하지 않은 이유에 대해서는 전반적으로 '과거사를 반성하지 않는다'(40.2%)이상으로 선택된 것이 '일본이 한국과의 관계 회복을 위해 노력하지 않기 때문에'(43.7%)로 나타났다. 한국과 일본의 인식은 일방적으로 규정되는 것이 아니라 상호 간의 영향을 미치며 구성되는 것임을 다시 한 번 확인할 수 있다.

MZ세대의 특징을 통해 일본 상품 불매운동을 들여다보면, 반일을 국가 대 국가 전체의 대상으로 보기보다는 아베 총리의 부당한 행위에 대한 개인의 정당한 행동으로 인식하고, 다른 일본인들과 구별하여 정부와 민간의 구별을 시도하였다는 점에서도 이전의 애국과 반일 만을 강조했던 과거와는 사뭇 다른 양상을 보여준다. 아베 총리와 다른 일본인을 분리하고, 국민이 아닌 소비자 개인의 권리로 보이콧을 선택하고, 동시에 보이콧이 일본인 혐오로 치닫지 않도록 관리하며 보이콧이 왜 정당인지 또는 왜 정당하지 않은지 다양한 의미들을 고민한다는 점에서 보다 복잡한 메커니즘이 작동하고 있다.

¹³ MBC. 2019.08.21. 일본 시민단체, "반일반한이 아닌 반아베로 뭉쳐야" https://imnews.imbc.com/news/2019/society/article/5459785_29136.html

¹⁴ 반일과 혐한에 대한 보다 자세한 분석은 〈한일관계 세대분석_사회문화〉편에서 자세히 다룬다.

V. 나가며

2020년 현재 청년세대를 구성하고 있는 MZ세대는 소비의 주체로서 자신을 인식하고 표출하는 데 능숙하다. ‘나’를 중심으로 세상을 바라보고, 소비자로서의 선택의 차원에서 일본을 바라보고, 디지털 기술을 활용하여 소통하고 가치관에 기반한 정치, 경제, 사회적 아이덴티티를 복합적으로 구성해 나간다. 일본과의 관계를 양자관계만이 아닌 미국을 포함한 3자관계로 인식하고, 역사문제에 대한 인식도 인권과 공정한 과정을 중시하는 입장에서 이전의 맥락과는 다른 가치판단이 이루어지고 있다.

EAI의 지난 7년간의 데이터를 분석한 결과, 19-39세 집단을 중심으로 한국인의 일본 인식이 조금씩 변화해왔다고 평가할 수 있다. 특히 “일본:한국=군국주의:식민지”라는 공식이 19-29세를 중심으로 깨지고 있으며, 19-39세 집단에서 일본을 긍정적으로 인식하면서 기존 세대의 부정적인 인식을 우호적인 방향으로 끌어올리는 추세를 보였다. 30-39세의 인식은 전체 응답자 평균값과 유사하게 나타나면서 한일관계 인식하는데 주요한 가늠자로 자리잡고 있다.

MZ세대의 일본관도 주변 환경에 따라 변화한다. 2019년 7월 한일관계가 악화되기 전까지 19-29세는 평균보다 긍정적인 일본 인식을 가지고 있는 것으로 보였지만, 한일관계가 악화되자 다른 어떤 세대보다도 일본에 대한 반감을 표출한 것도 19-29세 집단이었다. 역사문제와 다른 이슈를 연계해야 하는가에 대한 질문과 같이 30-39세 집단과 19-29세 집단이 다소 상이한 응답 경향이 나타나는 경우도 있었다. 이번 연구팀은 변화를 보여주고 있는 가장 중요한 변수인 세대에 집중하여 자료들을 정리하고 분석하였다. 향후 EAI의 데이터를 통해 세대 뿐만이 아니라 진보와 보수의 이념적 변수를 접목하는 등 더욱 다양하고 섬세한 연구결과들이 나올 수 있기를 기대한다.

MZ세대의 대외관이 반드시 옳다고 또는 잘못됐다고 단정지을 수는 없다. MZ세대의 일본 인식의 변화가 한일 간의 난제를 해결할 수 있을지도 알 수 없다. 다만, 한국 사회의 주요 행위자로 성장하고 있는 청년세대인 MZ세대가 갖는 특징을 바탕으로 ‘식민지’ 한국과 ‘침략자’ 일본이 아닌 새로운 위상의 한일관계를 구상해나가는 데 도움이 될 수 있기를 기대한다.

〈참고문헌〉

- 김난도외/서울대소비트렌드센터. 2018. 『트렌드 코리아 2018』. 미래의 창.
- 대학내일20대연구소. 『밀레니얼-Z세대 트렌드 2020』. 위즈덤하우스
- 대학내일20대연구소. 2018. 『트렌드 MZ 2019』. 한빛비즈.
- 동아시아연구원. 2013-2019. 한일상호인식조사 데이터. <http://eai.or.kr/new/ko/etc/data.asp>(검색일: 2020.8.1)
- 동아시아연구원. 2019. “제7회 한일 국민 상호인식조사 발표.” http://eai.or.kr/new/ko/etc/data_view.asp?intSeq=19458&board=kor_poll&keyword_option=&keyword=&more=(검색일: 2020.8.1)
- 동아시아연구원. 2020. “우리가 보는 세상 15년을 말하다” 2020년 한국인의 정체성 조사 결과 발표. http://eai.or.kr/new/ko/etc/data_view.asp?intSeq=19858&board=kor_poll&keyword_option=&keyword=&more= (검색일: 2020.8.1)
- 동아시아연구원. 2020. “[EAI 문재인 정부 중간평가] ① 국민 인식조사 발표.” http://eai.or.kr/new/ko/etc/data_view.asp?intSeq=19819&board=kor_poll&keyword_option=&keyword=&more=(검색일: 2020.8.1)
- 루이 알튀세르. 1991. “이데올로기와 이데올로기적 국가장치.” 『아미앵에서의 주장』. 솔.
- 박영득, 이재목, “세대에 따른 통일과 대북인식 차이 분석: 코호트 분석을 중심으로,” 『글로벌정치연구』 9권 2호(2016), pp. 31-67.
- 손열, “좌절하는 한일관계: 다가오는 위기, 멀어지는 해법,” EAI 논평(2020.7.1.).
- 신동아. 2020.03.01. “소비로 자기 표현하는 MZ세대.” <https://shindonga.donga.com/3/all/13/1990682/1>
- 우경임. 2020.06.29. “MZ세대의 불매운동.” 동아일보. <https://www.donga.com/news/article/all/20200629/101724412/1>
- 이월덕. 2014. 한일관계와 역사마찰: 김영삼 정권의 대일 역사외교를 중심으로. 『일본연구논총』 40, 241-268.
- 임흥택. 2018. 『90년생이 온다』. 웨일북.
- 전재호. 2019. “한국의 반일(反日) 민족주의 연구: 담론의 변화와 특징.” 『한국과 국제정치』, 35(2), 113-147.
- 최장집. 1996. 『한국 민족주의의 특성. 한국민주주의의 조건과 전망』. 서울: 나남.
- 한겨레. 2019. “독립운동은 못했어도 불매운동은 한다”...광화문 밝힌 ‘10만 촛불’ http://www.hani.co.kr/arti/society/society_general/905932.html(검색일: 2020.6.1)
- MBC. 2019.08.21. 일본 시민단체, “반일반한이 아닌 반아베로 뭉쳐야” https://imnews.imbc.com/news/2019/society/article/5459785_29136.html(검색일: 2020.6.1)
- Seunghee Oh. 2020. “South Korea’s Hostile Views toward Japan amid Aggravating Bilateral Relations.” *EAI Issue Briefing*. http://eai.or.kr/new/en/pub/view.asp?intSeq=19851&board=eng_issuebriefing%27,%27eng_workingpaper%27,%27eng_special%27,%27eng_multimedia&keyword_option=&keyword=&more=(검색일: 2020.8.1)

■ **저자:** 오승희_동아시아연구원 수석연구원. 이화여자대학교 정치외교학과에서 정치학 박사학위를 취득하였다. 주요 연구 분야는 일본 외교정책, 중일관계, 외교정책분석 등이다. 주요 저서 및 논문으로 《전후 중일관계 70년: 마오쩌둥-요시다 시기부터 시진핑-아베 시기까지》(2019, 공저), “아베 내각의 아시아 정책: 강한 일본을 위한 아시아의 타자화”〈일본연구〉(2018), “전후 일본의 인정투쟁과 중일국교정상화: 하나의 중국론에 대한 인정론적 접근”〈한국정치학회보〉(2017) 등이 있다.

■ **기획 및 담당:** 오승희 EAI 수석연구원

문의: 02-2277-1683 (ext. 202) seungheeh@eai.or.kr

- 인용할 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.
- EAI는 어떠한 정파적 이해와도 무관한 독립 연구기관입니다.
- EAI가 발행하는 보고서와 저널 및 단행본에 실린 주장과 의견은 EAI와는 무관하며 오로지 저자 개인의 견해를 밝힙니다.

발행일 2020년 8월 11일

[EAI 워킹페이퍼] 한일관계 세대분석: 청년세대(MZ세대)가 보는 한일관계. '나' 중심적 대외관, '소비'하는 일본, 반일보다 '공정'

979-11-6617-000-3 95340

재단법인 동아시아연구원
04548 서울특별시 중구 을지로 158, 909호 (을지로4가 삼풍빌딩)
Tel. 82 2 2277 1683 Fax 82 2 2277 1684

Email eai@eai.or.kr Website www.eai.or.kr