

### 3. 사회문화

#### □ 민족 구성

- 프랑스는 유럽 최대의 다민족국가로 켈트, 라틴, 게르만계 등 혼성민족 프랑스인이 대부분임
- 프랑스 내 인종차별이 존재하지 않는 것은 아니나, 대부분의 국민이 혼성민족이라는 사고를 지니고 있기 때문에 나치시대의 순혈주의(純血主義)와 같은 경향은 거의 나타나지 않음

#### □ 언어

- 헌법 제2조에 따라 1992년부터 프랑스어가 프랑스의 유일한 공용어로 인정됨. 그러나 현재 약 77개의 지역 언어가 전국 각지에서 사용되고 있는 상황

#### □ 종교

- 프랑스 내 종교는 카톨릭(90%), 이슬람(4%), 개신교(2%), 유대교(2%), 기타(2%)로 구성되어 있음

#### □ 사회동향

##### ○푸조 공장 폐쇄 계획 등에 따른 실업 위기감 고조

- 푸조 자동차공장이 2014년 폐쇄된다는 발표로 3300명의 일자리가 없어질 상황이어서 이미 실업률이 17%를 상회

하는 이 도시 주민들 사이에는 생계유지에 대한 위기감이 팽배함.

- 기업 파산 계획이 속출하는 가운데 프랑스의 실업인구도 8월 기준 최초로 300만명 선을 넘으면서 전국적으로 실업 위기가 확산됨.

- 이 결과 Low-cost 상품들이 거의 모든 분야에서 소비 트렌드로 자리를 확립하거나 온라인 쇼핑이 지속 증가 하는 가운데 현지인들이 생필품 외에는 큰 지출을 하지 않는 등 내수시장이 타격을 받고 있음.

#### ○ 루마니아 집시 불법거주자 추방 및 마약과의 전쟁 선포

- 프랑스 사회당 정부는 전 사르코지 정부가 시작했던 루마니아 집시 불법 거주자 추방에 발벗고 나서, 2012년 8월 29일 6개 부처 장관이 공동 서명한 회람을 통하여 자국 주요 도시 인근에서 불법적으로 은거하면서 온갖 사회 악의 온상 역할을 하고 있는 루마니아 집시 집단을 더 이상 방치할 수 없다는 정부의 입장과 함께 합법적인 절차와 회유 등을 통하여 국외로 추방한다는 방침을 정함.

#### □ 한국 문화 유입 정도

○ 최근 프랑스에 한국 가수들을 중심으로 한류 열풍이 거세지고 있음. 자문화에 대한 강한 자부심으로 쉽게 다른 나라의 문화를 받아들이려 하지 않는 경향이 강한 프랑스에서 보기 드문 현상으로, 향후 프랑스 내 K-POP 유입에 대한 긍정적인 전

망을 시사함. 예를 들어, 2011년 6월 한국의 대형 기획사 SM엔터테인먼트가 주최한 콘서트 ‘SMTOWN LIVE in PARIS’ 1만 2천여석의 공연 티켓은 15분 만에 매진되었음

### ○ 프랑스에 부는 거센 한류 바람

- 2011 년은 K-Pop 을 필두로 한국 대중문화가 매니아 층에게는 확실히 각인되고 또 일반 프랑스인들에게도 강한 인상을 심어준 해였다 해도 과언이 아님.

- 2011 년 6 월에 파리에서 열린 SM Town 공연을 시작으로 12 월에는 코트라가 주관한 2011코리아 브랜드 & 엔터테인먼트 엑스포(KBEE 2011)에 시크릿이 참가, 한류 바람에 불을 지폈으며, 올해 2 월에는 Music Bank in Paris 에 한국을 대표하는 아이돌이 대거 참여, 2 만여 명의 프랑스 팬을 대상으로 멋진 공연을 펼침.

- 또한 2012년 4월에는 슈퍼주니어 콘서트가 진행되어 작년에 이은 K-Pop 열풍은 나날이 확대되었음. 특히 프랑스 젊은이들 사이에서는 한류 매니아가 생겨나고 일반 프랑스인들에게는 한국 대중문화의 파워를 통해 국가 이미지까지 개선하고 중장기적으로 한국 제품과 서비스 수출 증가에도 기여할 것으로 기대됨.

- 최근 싸이의 강남스타일이 유튜브를 타고 프랑스 전역에도 센세이션을 일으키고 있는 것도 당연한 수순이라고 볼 수 있음. 정규화된 기존의 한류와는 달리 자유분방한 형태의 또 다른 한류가 등장하여 견잡을 수 없이 급속도로 반향을 불러일으키면서 젊은이들을 매혹시키고 있음.

## ○ 한류의 원조는 다름 아닌 영화

- 그런데 프랑스에 상대적으로 오래 거주한 한국인일수록 한류의 원조는 영화라는데 이견이 없을 것. 세계 우수 영화제 중 하나인 칸느 영화제에서 이미 여러 차례 수상을 한 전례를 통한 한국 영화의 예술성을 알린 바 있음.

- 특히 김기덕 감독의 경우 이미 오래 전부터 한국을 대표하는 감독으로 인정받고 있으며 이 외에 박찬욱 감독, 홍상수 감독, 봉준호 감독 등이 최근 들어 작품 개봉과 함께 각광받기 시작했음.

- 일부 영화 매니아층으로부터 입소문을 타기 시작한 한국 영화는 길거리 대형 광고판에 개봉 포스터가 종종 걸릴 정도로 저변을 확대해 나가고 있는데 각각 2010 년과 2011 년에 개봉한 « 악마를 보았다 » (김지운 감독)와 « 살인자 » (나홍진 감독)는 전문 비평가들뿐 아니라 일반 영화팬들 사이에서도 화제가 될 정도로 깊은 인상을 남겼음.

## ○ 한식, 프랑스 한류 열풍을 대중화시킬 열쇠

- 한편 한국 영화가 매니아층을 사로잡는 데 성공했다면 이제는 한식이 프랑스 음식문화에 새로운 화두로 등장, 급속도로 대중화되고 있다는 점도 매우 고무적임.

- 수 년 전만해도 40~50 개 수준이었던 한국 식당은 2011 년말 기준 90 곳을 넘어서면서 수적으로도 괄목할 만한 성장을 기록했음. 그런데 양적인 성장 못지 않게 놀라운 점은

한국 식당을 찾는 손님 중 한국인이나 아시아계가 아닌 현지인의 비중이 상당히 높아졌다는 점인데 식당에 따라 정도 차이는 있으나 예전에는 현지인을 거의 찾아보지 못했던 것과는 대조적으로 오늘날에는 현지인 선호도가 높은 식당의 경우 절반 혹은 그 이상이 프랑스인들로 붐비는 곳이라고 해도 될 정도임.

- 흔히 중국, 이태리, 태국과 함께 세계 4 대 요리대국이자 전 세계 관광객들이 모여드는 최대 관광국인 프랑스에서 한식이 좋은 평가를 받는다는 것은 나아가 우리 음식을 전 세계로 전파할 수 있는 교두보를 확보할 수 있다는 점에서도 매우 긍정적인 현상임.

- 우선 한식을 웰빙과 직결되는 건강식이라고 인식하는 경우가 많다고 함. 김치, 나물, 비빔밥과 같은 음식에서 볼 수 있듯, 채소 비중이 높고 조리방식 역 또한 튀기거나 하지 않아 건강식이라는 인상을 준다고 함. 또한 야채와 고기, 발효 재료(김치와 각종 장류)가 혼합되어 역시 몸에 좋다는 이유로 파리지앵들이 높은 점수를 주는 것으로 파악됨.

- 한식을 선호하는 두 번째 이유는 바로 음식을 즐기는 방식과 분위기가 사뭇 독특하기 때문이라고 함. 프랑스식에서는 코스든 단품 요리이든 각자 시킨 요리를 먹는 반면 한식은 메인 요리는 중앙, 반찬은 주위에 놓고 같이 먹는다는 점에서 이색적이면서도 화기애애한 분위기를 연출한다는 것임.

- 일본이나 중국, 태국 요리와 같이 이미 알려진 아시아 음식에 비해 이국적인 느낌이 더하다는 점, 정갈하고 담백한

음식이라는 점도 파리지앵들이 한식에 빠져드는 이유로 꼽을 수 있음.

- 일부는 매운 맛, 짠 맛 등, 우리 음식 특유의 강하고 독특한 맛을 의외로 좋아한다고 하니 제대로 한국의 맛을 즐길 줄 안다고 칭찬이라도 해 주고 싶을 정도임.

- 그렇지만 한식 팬의 대다수는 단번에 한식을 좋아하게 되기 보다는 덜 자극적인 음식으로부터 시작, 여러 번의 시도 끝에 한식에 빠지게 되고 애호가가 된다고 하니 바이어나 지인에게 한식을 대접했을 때 바로 호응이 이어지지 않는다 해서 실망할 필요는 없어 보임.

- 파리지앵들이 꼽는 인기 메뉴는 단연 불고기이며 비빔밥이나 돌솥비빔밥도 단골 메뉴임. 어느 정도 한식에 익숙해지면 오징어볶음이나 제육볶음, 육개장과 같은 매운 음식도 거부감 없이 즐기게 됨. 한식의 대표 아이콘인 김치 역시 잘 알려져 있는데 매운 양념과 더불어 씹는 맛을 좋아하는 사람도 있는 반면, 마늘이나 발효로 인한 특유의 풍미를 어색해 하는 경우도 있어 아직은 호불호가 갈린다고 봐야 할 것.

- 반면 상대적으로 잘 찾지 않는 메뉴는 국, 탕, 찌개류인데 이는 프랑스 특성상 뜨겁고 매운 탕이나 국류의 음식을 먹지 않아 익숙하지 않기 때문인 것으로 판단됨.

- 이처럼 한식이 프랑스인들이 찾는 외국 음식 리스트에 당당히 이름을 올리면서 요즘 점심 시간마다 한식당 주위를 지나칠 때면 오늘은 얼마나 많은 파리지앵들이 부지런히 젓

가락을 움직이고 있는지 들여다 보게 됨. 또한 한식 열풍이 K-pop 과 마찬가지로 일시적인 현상에 그치지 않고 확 실하게 뿌리를 내리기 위해서 앞으로 해결해야 할 과제는 무엇인지 생각하게 됨.

- 우선 외식에 그치지 않고 프랑스인들이 가정에서 직접 조리할 수 있도록 양질의 식자재 공급이 확대될 필요가 있을 것임. 아울러 이러한 식자재를 활용한 레시피책 배포 등, 홍보 활동도 중요함. 한식과 함께 K-pop, 영화 등, 한국 문화를 알리는 행사를 정기적으로 개최하는 것도 좋은 방법 임.
- 또한 양질의 한식을 제공하기 위해서는 한국 주방장이나 조리사들이 절실하므로 이들이 보다 쉽게 프랑스에 취업할 수 있는 제도적 기반이 마련되어야 할 것.