

# 한류의 어원과 사용에 관한 연구

## Study of Korean Wave's The Origin and the Usage

장규수  
연예산업연구소 소장

Gyu-Soo Jang(gyusoo@gmail.com)

### 요약

아시아는 약10년을 주기로 특정 국가의 문화가 유행을 주도하는 경향을 보여 왔다. 1980년대 홍콩영화의 유행을 '항류(港流)'라 칭했고, 1990년대 일본 TV드라마, 애니메이션, 게임 등의 유행을 '일류(日流)'라 칭했으며, 1990년대 말부터 '한류(韓流)'가 시작되었다. 이러한 '~류(流)'라는 표현은 '~식', '~스타일', '~파' 등의 뜻으로 일본에서 사용되어온 일본식 용어다. 최근 일본에서 유행하고 있는 대만 TV드라마와 특정 스타의 인기를 '대류(臺流)'라 부르다가, 중국 영화, 방송, 관광 등의 인기를 총칭하여 '화류(華流)'라고 부르는 것 또한 마찬가지다. 이렇듯 한류라는 용어는 일본에서 사용되는 '~류'의 일환으로 1999년 한국문화부에서 한국대중음악을 홍보하기 위해 배포한 음반 <韓流-Song from Korea>에서 공식적으로 사용되었다. 최근 한류의 열기가 한풀 꺾이며 화류의 열기가 그 자리를 대체하고 있음을 볼 때, 지금이라도 한류의 어원에 대한 잘못된 정보를 바로잡고, 한국문화를 표현하는 용어의 확립과 그 사용에 대한 연구가 필요한 시점이다.

■ 중심어 : | 대중문화 | 한류 | 어원 |

### Abstract

Asia has shown a tendency that a certain country's culture leads the fashion in turn every 10 years. The trend of Hong Kong movies in 1980's was called 'Hong Kong Wave', the trend of Japanese animation and games in 1990's was called 'Japanese Wave', and then the 'Korean Wave' began in the late 1990's. This term '~Wave(流)' is a Japanese-style term meaning '~way', '~style', '~group', and so on. In the same manner, recent popularity of Taiwanese TV dramas and a particular star that is in fashion in Japan are called 'Taiwanese Wave', and Chinese movies, broadcast, tourism, and etc. are called 'Chinese Wave'. Thus, the term 'Korean Wave' is a part of expression '~ wave' used in Japan and it started to be used in the mean time, and was officially used in <韓流-Song from Korea>, a promotion record of Korean pop music, produced by Ministry of Culture and Tourism in Korea. In this paper I propose to correct the error of the term 'Korean Wave', and furthermore, to define a term expressing Korean culture and study for its usage.

■ keyword : | Mass Culture | Korean Wave | Origin of a Word |

## 1. 서론

한류(韓流)는 한국의 대중문화 즉 영화, 방송, 대중음

악, 패션 등이 해외에서 인기몰이를 하고 있는 현상을 말한다. 최근에는 한류로 인한 파생효과 또는 새로운 분야나 지역에서의 인기몰이를 신한류(新韓流)로 부르

기도 한다.

그러나 한류에 관한 선행연구들을 살펴보면 잘못된 정보를 제공하는 경우가 많다. 그 동안 한류의 발생 원인과 어원에 대한 연구가 제대로 이루어지지 않았기 때문이다. 지난 십여 년 동안 정치, 경제, 문화 등 거의 모든 분야에서 한류를 내세우며 장밋빛 미래를 계획해왔지만, 대부분 정확하지 않은 일부 언론의 보도와 저서의 내용을 그대로 재인용하고 있는 실정이다. 심지어 “한류는 중국에서 일고 있는 한국 대중문화의 열기를 표현하기 위해 2000년 2월 중국 언론이 붙인 용어다.”라는 잘못된 정보가 두산동아사전에 기재되어, 국내 최대 검색포털인 네이버 백과사전<sup>1)</sup>을 통하여 널리 알려지고 있다. 이러한 현실을 볼 때 한류에 대한 이론적 고찰이 시급하다. 심지어 한류전문가를 자처하는 일부 연구자들도 중국의 언론매체가 처음으로 사용한 용어라고 저서와 인터뷰에서 말하고 있으며, 이를 인용한 많은 논문과 보고서에도 이런 내용이 기정사실처럼 재인용되고 있는 실정이다. 본 연구자는 한류라는 용어가 중국의 언론이 처음으로 만들어 사용하였다는 그 어떠한 증거도 찾지 못하였고, 이러한 문헌자료 또한 정확한 증거를 제시하는 곳은 단 한 곳도 없다. 이렇게 한류에 대해 제대로 된 연구조차 안된 상황에서 한류의 열풍, 붐에 편승하여 경제적 논리를 앞세운 무차별적인 산업적 접근과 계획성 없는 전시행정으로 인해 최근 한류가 더 이상 발전하지 못하고 쇠퇴하고 있다는 비판도 있다. 이에 본 연구는 한류라는 용어의 정확한 어원과 유사용어의 사용현황에 관하여 직접 현장자료를 수집하였는데, 중국과 대만 그리고 일본의 현장전문가를 인터뷰하여 연구결과를 도출하였다. 즉, 본 연구는 이론적 연구와 함께 참여관찰(participant observation), 심층인터뷰(depth interview)<sup>2)</sup> 등을 통한 질적 연구를 추가하여 연구자가 십여 년간 현장에서 일하며 수집한 자료와 전문가의 증언을 근거로 한류의 정확한 어원과 사용에

관하여 정리했다.

## II. 한류의 발생과 어원

### 1. 한류의 발생 과정

대부분의 문헌자료는 한류, 즉 한국 대중문화의 해외 진출과 인기몰이는 1997년에 중국 CCTV에서 방영된 TV드라마 <사랑이 뭐길래>에서 출발했다고 주장한다. 그러나 한국 대중문화의 해외진출은 이미 1980년대 영화분야의 홍콩진출과 대중음악분야(성인가요·트로트)의 일본진출이 꽤 활발했으며,<sup>3)</sup> 1992년 한·중 수교로 인해 1993년 <질투>가 중국에 수출되며 한국 TV드라마의 공식적인 중국방영이 시작되었다. 당시에 대만, 홍콩 등에도 한국 TV드라마가 수출되어 방영되었는데, <사랑이 뭐길래>가 1996년 중국으로 수출되었다가 1997년 CCTV에서 재방송되면서 시청률 4.2%를 기록하며 큰 인기를 얻게 되었다는 것이 정확하다. 이후 1998년부터 한국음악이 중국, 대만 등에 정식으로 출시되며 한류를 형성하였다.

이후 한국 TV드라마와 대중음악의 인기는 중국, 대만, 홍콩 등 중화권 뿐 아니라 일본, 필리핀, 베트남 등 아시아 전역으로 확산되었는데, 이러한 한국대중문화의 확산은 아시아의 정치, 경제적 순서에 의한 것이었다. 다시 말해서 한류는 한국문화의 특별한 우수성에서 기인한 것이 아니라, 국내외적인 환경의 변화에 따라서 주어진 기회였던 것이다. 국내환경의 변화는 1996년 아시안게임과 1988년 올림픽을 치르면서 해외여행과 유학자율화가 단행되며 해외와 교류하기 시작했다. 그리고 해외환경의 변화로는 아시아에서 일본의 TV드라마(트렌디드라마)와 대중음악(J-POP) 그리고 홍콩영화 등이 큰 인기몰이를 하였으나 수요와 공급의 원칙에 따라 콘텐츠의 가격이 급격히 상승하였고, 1990년대 하반기에 접어들며 IMF 등의 원인으로 인해 한국화폐의 가

1) <http://100.naver.com/>

2) 정책결정의 내부 과정과 속성에 관해 정확하게 이해하기 위해서는 정책결정기구 내부의 권력자로부터 민감한 정보를 얻어내는 것이 중요하다. 이 때 적합한 방법이 비구조적 질의방식을 활용한 심층인터뷰다. 김병섭, 『편견과 오류 줄이기: 조사연구의 논리와 기법』, 법문사, 2008, p.550.

3) 일본 최고의 스타들이 출연하는 인기 프로그램인 NHK의 <홍백가합전(紅白歌合戦)>에 조용필, 계은숙, 김연자, 패티김 등 한국가수 4명이 1989년에 동반 출연할 정도로 인기가 높았다. 엔터테인먼트 아시아네트워크, “글로벌음악시장 지형도작성 및 한국음악의 해외 진출 활성화 방안연구”, 한국콘텐츠진흥원, 2004, p.12.

치가 절하되면서 한국콘텐츠가 그 자리를 대체하기 시작한 것이다. 또한 일본의 위성방송과 대만의 케이블방송시장의 급성장으로 인해 콘텐츠가 부족했고, 아시아 전체의 반일감정도 한몫했다. 따라서 한류는 일본·홍콩 → 한국·대만 → 중국·동남아시아로 이어지는 경제적 발전순서의 과정에서 발생하였으며, 1980년대 국내 영화와 음반산업의 전성기를 거치며 1990년대 한국 대중문화산업의 환경변화와 함께 발생한 것이다.

## 2. 한류의 어원 바로 잡기

살펴본바, 한류는 국내외적 환경의 변화에 따라서 순차적기회로 발생되었는데, 아시아는 약10년을 주기로 특정 국가의 문화가 유행을 주도하는 경향을 보여 왔다. 대중문화의 소비가 가장 컸던 일본에서는 1980년대 홍콩영화의 유행을 '홍콩류', 즉 '항류(港流)'라고 지칭했고, 1990년대 일본 TV드라마, 애니메이션, 게임 등의 유행을 일본 스스로 '일류(日流)'라 지칭했다. 이러한 용어의 사용에 따라 1990년대 하반기에 일본의 것을 모방한 한국 TV드라마와 대중음악의 인기몰이가 중화권에서 시작되며 '한류'라는 용어가 사용된 것이다.

이러한 '~류(流)'라는 표현은 '~식', '~스타일', '~파' 등의 뜻으로 일본에서 사용되는 일본식 용어다.<sup>4)</sup> 최근에 일본에서 유행하고 있는 대만 TV드라마와 특정스타의 인기를 '대류(臺流)'라 부르다가, 중국 영화, 방송, 관광 등의 인기를 충칭하여 '화류(華流)'라고 부르는 것 또한 마찬가지다. 이렇듯 한류라는 용어는 일본에서 사용되는 '~류'의 일환으로 1990년대 말 한국 대중문화와 특정 스타의 인기가 급속히 확산되며 사용되기 시작한 것이다.

1997년 경 부터 한국이 개방되며 중화권을 중심으로 한국 TV드라마가 인기를 얻으며 한국에 대한 관심을 유발시켰고, 1998년 이후 한국 대중음악의 본격적인 해외진출이 시작되면서 한국문화의 열풍, 즉 '한류'가 발생하였다. 당시 대만에서 '하일한류(夏日韓流)', 중국에

서 '일진한류(一陣韓流)' 등의 표현이 국지적으로 사용되기 시작했다.<sup>5)</sup> 이에 1999년 가을, 당시 한국문화부에서 한국 대중음악의 해외홍보를 지원하기 위해 <韓流-Song from Korea><sup>6)</sup>라는 제목의 음반을 해외로 제작, 배포하였다.



그림 1. <韓流-Song from Korea> 홍보음반

따라서 한류의 어원은 항류, 일류에 이어 한류라는 표현이 대만, 중국, 한국 등에서 자연스럽게 사용되기 시작했고, 이를 공식적으로 한국정부에서 제작, 배포한 음반과 포스터의 제목으로 사용되어 널리 확산되었다는 것이 맞다.<sup>7)</sup> 이러한 내용은 일본의 위키피디아에도 "한국정부의 지원정책에 의하여... 대만에서 한류열풍이라는 말이 사용되면서 중국, 일본에서도 사용되기 시작했다."라고 정의하고 있다.

한류라는 용어의 발생에 관하여 선행연구들을 검토하면 여러 의견들이 있으나, 김병욱, 강근철의 저서 그

4) 한국외국어대학교 일본학부 교수 박용호는 "일본에서 '~류(流)'라는 표현은 꽃꽂이, 서도, 무도, 다도 등에서도 사용되는 용어이며, 과거 항류, 일류 그리고 현재 한류, 화류 등의 표현도 마찬가지다."고 한다. 또한 그는 일본에서 사용되는 '류파(流派, りゅうは)'에 대하여 참고하라고 조언한다.

5) 대만은 해외개방에 적극적이며 해외문화의 수용에도 거리낌이 없는 편이다. 이에 대만에서는 현재까지 미국, 일본 등의 엔터테인먼트사가 큰 영향력을 행사하고 있으며, 대만의 TV드라마와 대중음악은 중국을 비롯한 중화권을 주도하고 있다.

6) 1999년 한국문화부는 한국 대중음악을 널리 알리기 위하여 1억5천 만 원을 들여 중국어 버전 6천 장과 영어, 일본어 각 3천 장씩 홍보 음반을 제작해서 해외의 방송사, 잡지사, 대학, 나이트클럽, 한국 공관에 배포하였다. 이 음반의 제목이 영어, 일본어 버전은 <Korea Pop Music>, 중국어 버전은 <韓流-Song from Korea>이었다.

7) 현재 본 음반의 정확한 배포시점을 알 수가 없다. 현재의 한국문화체육관광부 담당자들에게 문의하였으나 이 음반의 존재 자체를 모르고 있는 실정이며, 공문서 보존기한(5년)이 지나서 자료를 더 이상 찾을 수 없다는 회신만 돌아왔다. 그러나 엔터테인먼트아시아네트웍스의 보고서 "글로벌음악시장 지형도작성 및 한국음악의 해외 진출 활성화 방안연구(2004)"에 의하면 1999년 가을에 제작, 배포되었음을 알 수 있으며, 만약, 이후에 선행사례가 발견된다면 하더라도, 본 연구의 주장은 최소한 2000년 2월에 중국의 언론이 최초로 한류라는 용어를 사용하였다는 대다수의 주장은 사실이 아님을 밝힌 것이다.

리고 글로벌아시아네트워크와 저작권심의조정위원회 등의 보고서가 가장 신빙성이 있다고 판단된다. 이들 저서와 보고서의 경우 한류의 발생 원인인 TV드라마와 대중음악의 해외진출 과정을 정확하게 조사하여 정리하였다.

당시 한국 TV드라마의 급속한 인기와 확산으로 인해 1996년부터 중국내 10개 주요 도시지역을 중심으로 한국 음악을 소개하는 <한성음악청(漢城音樂廳)>이라는 FM라디오프로그램이 송출되기 시작했고<sup>8)</sup>, 이를 통해 1999년 가을 문화부는 한국의 인기가요들로 제작한 <韓流-Song from Korea>라는 제목의 음반 6천장을 중국어로 제작하여 한국 대중음악의 홍보를 위해 중국 등에 배포한 것이다. 따라서 한류라는 신조어가 공식적으로 사용된 것은 1999년 가을부터 한국문화부의 지원으로 제작된 홍보용 음반의 제목이며, 이 음반의 제작, 배포를 담당한 (주)미디어플러스가 방송하던 FM프로그램 <한성음악청>을 통해 중국에 널리 알려졌다. 이후 중국의 북경만보(北京晚報), 북경일보(北京日報), 북경청년보(北京青年報) 등에 한국 대중음악의 유행을 표현하며 사용되었다고 보는 것이 정확하다. 이를 증명하는 사례를 들자면, 북경청년보가 2000년 2월 29일에 「北京之春乍暖還‘韓’, 安在旭進軍中國(안재욱이 중국으로 진출하며 한국에서 따뜻한 봄기운이 북경에 도달했다)」란 제목으로 기사를 게재했는데 “안재욱의 음악은 한국음악을 소개하는 라디오프로그램 <한성음악청(漢城音樂廳)>에서 방송되고 있으며, 중국의 음악인과 협조하여 다른 한국 가수들과 함께 중국어 앨범 <한류(韓流)>를 제작하여 호평을 받은 바 있다. 안재욱은 5월에 북경에서 콘서트를 열며 다시 ‘한류(韓流)’를 몰고 올 것이다.”라며 라디오프로그램 <한성음악청>과 음반 <韓流-Song from Korea>를 인용하며 한류라는 용

어를 사용하고 있음을 확인할 수 있다.

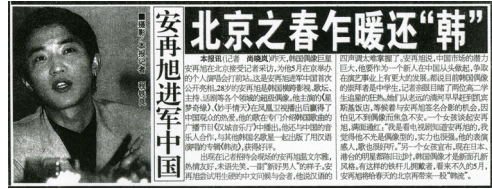


그림 2. 북경청년보 2000. 2. 29. 보도내용

따라서 한류라는 용어는 향류, 일류에 이어 사용된 용어이며, 이미 1999년 하반기부터 한국문화부에서 배포한 음반에서 공식적으로 사용되고 있었던 것이다. 또한 정확하게 자료를 찾을 수는 없으나, 대만 자유시보(自由時報) 연예부 기자 웅가상(翁家祥)에 의하면 “대만에서 1999년에 ‘한류 콘서트(韓流 Concert)’라는 제목으로 한국 가수들의 공연이 있었다.”라고 증언한다. 한류라는 용어가 한국 대중음악의 큰 유행을 지칭하며 ‘한국에서 불어온 바람’을 의미하며 사용된 점을 볼 때 이러한 자료와 증언들은 신뢰도가 매우 높다고 판단된다.

### III. 한류의 사용과 해외사례

#### 1. 한류의 사용 현황

이렇게 이미 한류라는 용어가 한국, 중국, 대만, 일본 등에서 사용되고 있었음에도 불구하고 “2000년 중국의 언론이 만들어낸 용어다.”라고 언론과 학자들이 말하고 있는 배경은, 첫째 당시 국내 최고의 스타였던 H.O.T가 2000년 2월 중국에서 단독 콘서트를 개최하여 큰 반향을 일으켰던 사건에 기인한 것이며<sup>9)</sup>, 둘째 한국문화가 해외에서 열풍을 일으키고 있는 현상을 “중국의 언론(전문집단)에서 한국 문화의 유행을 견제하는 표현으로 먼저 만들어서 사용했다.”라며 스스로 뿌듯해 하는 한국인의 자만심이 배경이 되었다. 이러한 언론과 연구자들의 잘못된 용어에 대한 정의가 이후 많은 연구 자료

8) (주)미디어플러스(대표:이택수)는 1996년 3월부터 북경음악방송으로부터 매주 목요일 오후 6시부터 7시까지 한 시간씩 방송시간을 임대하여 한국 대중음악을 소개하는 프로그램인 <한성음악청>을 방송했다. 이후 (주)우전소프트(대표:김윤호)가 1998년부터 한국가수들의 중국내 음반출시와 공연을 진행하며 2001년부터 중앙인민방송과 함께 중국 전역을 대상으로 <영청한국(聆聽韓國)>을 제작, 방송하였다. 이러한 한국 TV드라마로 시작된 한국 대중음악의 인기는 북경교통방송이 1999년 5월부터 <한강지야(漢江之夜)>와 <환락무한(歡樂無限)>이란 프로그램을 통해서 한국음악을 소개하는 등 급속히 증가하였다.

9) 당시, 본 연구자가 SM기획에서 일하고 있었기 때문에 정확한 내용을 알고 있는데, 이미 1999년 11월에 같은 장소에서 클론의 공연이 있었으나, SM기획의 적극적인 홍보자료의 제공으로 인하여 국내에는 H.O.T의 공연이 더 이슈가 되었다.

와 대중의 상식에 자리 잡게 된 원인이 된 것이다.

한류는 초기에 중국에서 '한풍(韓風)'이란 용어로 사용되기도 했는데, 차가운 바람이란 뜻의 '한풍(寒風)'과 발음이 비슷하여 한국문화에 빠진 중국 내 젊은이들의 갑작스런 현상을 경계하는 뜻도 포함되어 있다.<sup>10)</sup> 이러한 중국인들의 이중적인 용어의 사용은 과거에 일본문화와 제품이 유행할 때 '합일(哈日)'이라는 표현, 즉 '일사병에 걸리다'라는 뜻의 표현을 사용했던 것과 비슷한 현상이다.<sup>11)</sup>

한류라는 용어를 널리 사용하게 된 시점은 국가별로 조금씩 다르다. 한국의 언론기사들을 면밀히 조사해본 결과, 한국에서 한류라는 표현을 적극적으로 사용하며 한류에 대한 기사가 발생하기 시작한 것은 2000년 이후부터이며 2001년 중반부터 본격적으로 사용되었음을 확인하였다. 그리고 중국의 언론에서는 2000년에 접어들며 사용되기 시작했고, 일본의 경우 2003년 <겨울연가>로 인해 배용준이 큰 반향을 일으키며 널리 사용되기 시작하였다.

그리고 한류의 영어표기는 'Korean Wave' 또는 'Korean Fever' 그리고 'Hanliu' 또는 'Hallyu'이다.<sup>12)</sup> 현재 한류의 어원과 정의에 대한 정확한 연구가 부족하여 일본식 용어임에도 국내에서도 널리 사용되며 '한류월드(Hanllyu World)' 등의 정책 사업에도 사용되는 등 문제가 많다.<sup>13)</sup> 한류월드의 경우, 처음에 '한류우드(Hanllyu Wood)'로 명명했다가 미국의 '할리우드(Hollywood)'를 모방한 것이 문제되어 슬그머니 이름을 바꾸었다. 그러나 한류의 '~류(流)'가 일본식 표현임을 아는 사람은 거의 없는 실정이다. 최근 한류의 열기

가 한풀 꺾이며 화류의 열기가 그 자리를 대체하고 있는 것을 볼 때, 아시아문화의 유행에 관한 연구와 한류의 발전과 지속화를 위한 노력이 시급하다.

## 2. 화류 등의 사례

논의한바, 한류 이전에 향류, 일류의 붐이 있었고, 최근 한류가 주춤한 틈을 타서 대류, 화류가 급속히 형성되고 있다. 사실 2002년 한·일 월드컵 이후에 <대장금> 이외에는 성공적인 한류콘텐츠를 생산해내지 못하고 있는 실정이다.

<겨울연가>가 일본에서 한류를 일으켰듯이, 대만의 TV드라마 <유성화원(流星花園)><sup>14)</sup>은 대류를 발생시켰다. <유성화원>은 중화권을 거쳐 일본에서도 큰 인기몰이를 했는데, 4명의 남성주인공이 아이돌그룹 F4를 결성하고 2004년 말 일본으로 진출하며 대류라는 용어가 널리 사용되기 시작했다. 이후 2008 베이징올림픽과 2010 상하이엑스포 등을 계기로 중국문화의 인기와 통칭하여 화류가 발생하였다.

향류, 일류, 한류, 대류, 화류라는 용어들의 정의는 처음부터 널리 사용되고 있는 일본에서 찾아야 할 것인데, 일본 삼성당(三省堂)의 사전 『대사림(大辭林)』에 의하면 "화류라는 용어는 일본에서 2005년부터 사용되기 시작한 신조어이며, 중국, 대만, 홍콩에서 제작된 대중문화가 일본에서 유행하는 현상을 말한다. 한류에 이어 중국계의 연기자 와 가수 등이 주목받게 되었으며, 중국에서는 한풍이란 용어를 주로 사용하지만, 일본, 한국에서 화류라는 용어를 사용하고 있다. 이는 중국풍이란 뜻으로 사용되고 있는 것이다."라고 중국의 바람(風), 즉 중국문화의 바람이란 의미의 용어임을 확인할 수 있다.

그러나 본 연구의 결과, 향류, 일류와 달리 한류가 한국정부에 의해서 먼저 공식적으로 사용된 것처럼, 놀랍게도 화류의 최초 사용도 한국에서 먼저 사용되었음을 확인하였다. 2001년 9월 2일 조선일보 기자 이규태는 「화류(華流)」라는 제목의 기사에서 "한류의 역풍으로 화류가 우리나라에 거세게 불어 닥치고 있다."고 표현한 사례가 있다. 그리고 2002년 1월 1일 <2002년 차

10) '~풍(風)'은 일본의 '~류(流)'와 같이 중국에서 사용되는 표현이다. 그래서 중국에서는 '화류(華流)'라는 표현보다 '한풍(漢風)'이란 용어가 주로 사용되고 있다.

11) 합일(哈日)은 만어(滿語), 즉 대만 지역에서 사용되는 용어로 '태양 아래에 오래 있어서 쓰러진다'는 뜻이나, 합일족(哈日族, 일본문화를 좋아하는 무리), 합한족(哈韓族, 한국문화를 좋아하는 무리) 등으로 사용되고 있다. 이 용어는 합일행자(哈日行者, 본명:陳桂杏)의 합일족 만화시리즈에서 유행하기 시작했는데, 여기서 '합(哈)'은 웃음소리의 형용사이지만, '갈망하다', '희망하다', '좋아하다'는 의미로 사용되었다.

12) 한국에서는 한류월드 등의 영어표기에 'Hallyu'라고 사용하고 있고, 중국, 일본에서는 'Hanliu'로 사용하고 있다.

13) 이러한 유행에 편승한 체계적이지 못한 정책은 현재 시공사를 못 구하여 사업이 잠정 중단되는 등 진행에 큰 차질을 빚고 있다.

14) 한국명 <꽃보다 남자>

이나 24시 : 화류 속의 한류>라는 프로그램을 SBS에서 방송한 사실도 있다. 게다가 심지어 2002년 5월 14일에 한·중 경제장관회담을 위해 중국을 방문한 당시 부총리 겸 재정경제부장관 전윤철이 중국 칭화대학교(清華大學)를 방문하여 ‘21세기 한·중 동반자관계’를 주제로 강연을 하였는데 “한·중 수교 후 교류역사가 10년에 불과함에도 불구하고 양국 간 교역규모가 지난해 315억 달러에 이르렀고, ‘한류(韓流)’와 ‘화류(華流)’가 양국 간 교류협력을 문화콘텐츠로까지 상승시키고 있다.”며 화류라는 용어를 중국에서 공식적으로 사용한 사례도 있다.<sup>15)</sup> 이처럼 화류라는 용어가 일본에서 보다 한국에서 먼저 사용된 이유는 당시에 한류가 큰 붐을 일으키고 있었기 때문에 급성장하고 있는 중국문화와 비교하는 의미에서 사용되기 시작한 것이다. 따라서 화류라는 용어도 한류에 대응하는 용어로 일본의 언론이 만들어서 사용한 것이 아니라 한국에서 그 용어를 먼저 사용하기 시작했고, 이후 일본에서 대만 TV드라마와 스타들의 인기가 일어나면서 대류에 이어 화류라는 용어를 널리 사용하게 되었다는 것이 정확한 사실이다.

이러한 화류의 발생도 한류와 마찬가지로 아시아의 정치, 경제적 변화와 각 국가별 환경에 따른 현상인데, 그 생산국가와 수용국가 그리고 용어의 사용은 차이가 있음을 발견할 수 있다. 중국의 북경대학교 문화산업연구원(北京大學 文化產業研究院) 부원장 향용(向勇)은 “중국대륙에서는 중국문화의 유행을 ‘한풍(漢風)’, 한국 대중문화의 유행을 ‘한류(韓流)’ 그리고 일본 대중문화의 유행을 ‘일조(日潮)’라고 주로 일컫는다.”고 한다. 또한 대만의 행정원문화건설위원회(行政院文化建設委員會) 전문위원 서의군(徐宜君)은 “대만에서는 대만문화의 유행을 ‘대조(臺潮)’라고 표현한다.”라고 증언한다. 따라서 이러한 용어들은 뜻은 같지만 한국, 중국, 대만, 일본에 있어 사용되는 표현이 조금씩 다른 것을 확인하였다.

특히 대만의 경우에는 화류가 일본식 용어임을 인지하고 정책적으로 대만식 용어인 ‘대조(臺潮)’를 알리기 위한 캠페인을 하는 등 사뭇 다른 경향을 볼 수 있다.<sup>16)</sup>

일본의 경우에는 이미 ‘신일본양식(新日本樣式)’, ‘네오 재패니스크(Neo-Japanesque)’라는 표현으로 일본문화를 브랜드화해서 확산시키려는 노력을 하고 있다. 이러한 경향을 볼 때, 지금이라도 한류의 용어에 대한 잘못을 바로잡고 한국문화를 표현하는 용어의 확립과 그 정의에 대한 연구가 필요하다. 물론, 한류라는 용어가 이미 십여 년이나 아시아 전역에서 사용되어왔고, 미국 등 세계적으로도 사용되기 시작한 지금에서야 그 용어를 대체하기는 힘들다. 그러나 일본, 대만, 중국처럼 정책적으로 자국문화를 표현할 수 있는 용어를 브랜드화시키는 일이 시급하다. 그러나 한국관광공사는 2007년 4월부터 약 50억 원을 들인 국가관광브랜드 ‘Korea Sparkling’을 불과 2년 정도 사용하다가 2010년 2월부터 ‘Korea be Inspired’라는 해외홍보용슬로건으로 바꾸어 사용하여 논란이 일고 있는 실정이다.

## VI. 결론

본 연구의 결과, 한류라는 용어는 항류(港流), 일류(日流)에 이어 사용된 일본식 용어이며, 대류(臺流), 화류(華流)라는 용어의 발생도 같은 맥락이다. 또한 한류(韓流)라는 용어는 한국 대중음악의 유행을 가리켜 중국, 대만 등에서 일진한류(一陣韓流), 하일한류(夏日韓流), 한류(寒流) 등으로 불리다가 1999년 가을 한국문화관광부에서 지원한 홍보음반의 제목에서 공식적으로 사용되었고, 2000년에 접어들며 한국, 중국, 대만에서 널리 사용되기 시작했다. 이후 일본에서도 <겨울연가>가 히트하면서 널리 사용되어 지금에 이르렀다. 그러나 한국에서는 한류라는 일본식 표현을 “2000년 중국의 언론이 만들어낸 용어”라는 잘못된 정보에 따라 ‘한류월드’까지 건설하고 있는 반면에, 대만은 화류라는 일본식 용어를 사용하지 않고 대만식 표현인 대조(臺潮)를 브랜드화시키기 위해 노력하고 있음도 확인하였다.

최근 한류의 부진에 따라서 ‘제2의 한류’ 또는 ‘신한류(新韓流)’를 일으키자는 언론기사나 보고서 등이 많

15) 김중수, 「전 부총리, 21세기는 아시아가 세계경제 중심축」, 연합뉴스, 2002. 5. 14.

16) 대만행정원문화건설위원회에서 제공받은 「創意臺灣, 文化創意產

業發展方案(2009)」에 의하면 ‘대조화산계획’이 수립되어 진행되고 있음을 확인할 수 있다.

이 나오고 있다. 게다가 최근에는 일명 ‘걸그룹(girl group)’들을 앞세운 아이돌스타들이 신한류를 주도하고 있다는 과장된 보도도 많다. 앞서 논의한바, 이러한 용어도 일본식 용어인 한류를 기반으로 한 표현이므로 이번 기회에 새로운 한국식 표현 또는 세계화될 수 있는 영어식 표기를 개발하여 브랜드화 시키는 것이 필요하다. 예를 들어 ‘韓스타일’, 즉 ‘Korean Style’ 등의 용어를 브랜드화 시켜야 한다. 이를 위해서는 첫째 제대로 된 정책적인 연구와 장기적이고 체계적인 계획수립이 요구된다. 둘째 언론과 산업계의 올바른 용어사용이 뒤따라야 한다. 본 연구로 인해 밝혀진 잘못된 정의를 지금이라도 바로잡고 사용해야 된다. 셋째 이 모든 것들이 전문 인력과 전문 조직의 부재에서 생기는 문제들이다. 따라서 문화체육관광부에서 한류와 관련된 연구를 외주용역에 의존할 것이 아니라, 산하에 한류를 전문으로 연구하는 조직을 직접 설립하여 한류에 대한 정확한 정보를 제공하고, 다양한 채널을 통한 전문 인력 양성을 위한 노력을 해야 된다.

한류가 아시아에서 널리 확산되고 있는 것은 각 국가별 환경의 변화와 더불어, 문화적 인접성과 디지털 매체의 발달 때문이다. 대중문화는 지역적으로 문화와 정서가 비슷한 수용자들에게 쉽게 전달되기 때문에 유교 문화와 외모적 특성이 비슷한 아시아권에서 국경을 초월하여 전파될 수 있었다. 그리고 이러한 배경에는 아시아 각 국가들의 정치·경제적 발전순서가 중요하게 작용하였다. 문화의 교류는 TV, 라디오, 영화 등 전통적인 매체 외에도 인터넷과 MP3, DVD 등 디지털 매체들을 통하여 젊은 층을 중심으로 급속히 확장되고 있다. 그러나 최근에는 한국 대중문화의 급속한 전파가 ‘반한류(反韓流)’, ‘혐한류(嫌韓流)’ 등 현지의 경계와 반발도 일으키고 있다. 한국 대중문화에 열광하는 현상에 당황한 중국 당국은 2000년 10월 북경과 상해에서 개최되기로 했던 클론, 안재욱, 이정현 등 국내 정상급 가수들의 공연이 문제를 일으키며 취소되자 약 3년 간 한국 가수의 중국 공연을 허가하지 않은바 있다. 이후 2004년 4월 2008북경올림픽을 축하하는 ‘한중 슈퍼 콘서트’가 열리기까지 한국 대중문화의 급속한 유행을 제재하였다. 또한 2009년 8월 미국 내 중국어 신문 대기원(大紀元)은

“중국 내 인터넷에서 방영하는 모든 해외 영화, 드라마, 애니메이션 등 동영상은 반드시 ‘방영 허가증’을 받도록 중국의 광전총국이 규정을 정했다.”고 보도했다. 이에 따라 최근 한국, 미국 드라마가 대부분 관련 규정을 못 갖추어 중국의 인터넷에서 조금씩 사라지고 있다. 이러한 자국 내 콘텐츠 보호를 위한 노력은 어찌 보면 당연할지도 모른다. 문화는 상호 교류되는 것이 지극히 당연한 이치인데, 무차별적으로 자국의 이익만 앞세우며 일방적으로 전파되는 것은 문제를 발생시킬 수 밖에 없다. 따라서 한류의 글로벌라이제이션(Glocalization), 즉 세계화와 지역화를 고려한 전략의 수립과 콘텐츠의 생산 그리고 쌍방향 커뮤니케이션에 대한 연구가 요구된다.

#### 참고 문헌

- [1] 강근철, *한류 이야기*, 이채출판사, 2006.
- [2] 고정민, *한류 아시아를 넘어 세계로*, 국제문화산업교류재단, 2010.
- [3] 고정민, *한류포에버: 한류의 현주소와 경제적효과 분석*, 국제문화산업교류재단, 2008.
- [4] 김병욱, *미래 스펙트럼 ‘한류’ 분해*, 김스정보전략연구소, 2005.
- [5] 심상민, “국제문화교류 활성화를 통한 한류비즈니스 강화 전략”, *인문콘텐츠학회논문지*, 제13호, pp.113-135, 2008,
- [6] 윤경한, *韓·中 文化交流의 相互認識에 대한 比較研究: 韓流와 漢潮에 대한 양국대학생의 認識을 중심으로*, 한국외국어대학교 박사논문, 2008.
- [7] 이지형, “중국과 동남아에서 한류”, *월간조선*, 11월호, 2001.
- [8] 장규수, *연예매니지먼트시스템의 선진화 방안에 관한 연구*, 한국외국어대학교, 박사논문, 2011.
- [9] 장규수, “한국 대중음악의 해외진출 사례와 전략 연구”, *글로벌문화콘텐츠학회논문지*, 제2호, pp.217-238, 2009.
- [10] 조한혜정, *한류와 아시아의 대중문화*, 연세대학

- 교출판부, 2003.
- [11] 하윤금, 한류의 안정적 기반구축과 방송 연예매  
니지먼트 산업의 개선을 위한 해외사례연구, 한  
국콘텐츠진흥원, 2006.
- [12] 엔터테인먼트아시아네트워크, 글로벌음악시장  
지형도작성 및 한국음악의 해외진출 활성화 방안  
연구, 한국콘텐츠진흥원, 2004.
- [13] *The Korea herald, Korean Wave*, 지문당, 2008.
- [14] 臺灣行政院文化建設委員會, 創意臺灣, 文化創意  
產業發展方案, 2009.
- [15] 陸揚, 大衆文化理論, 復旦大學出版社, 2008.
- [16] 閔玉剛, 劉自雄, 大衆文化通論, 中國廣播電視出  
版社, 2007.
- [17] 小倉紀藏, 韓流インパクト : ルック코리아と日  
本の主体化, 講談社, 2005.
- [18] 小倉紀藏, 小針進 편, 韓流ハンドブック, 親書館,  
2007.
- [19] 岩瀬功一, トランスナショナル・ジャパン, 전오  
경, 또 하나의 문화, 2004.

### 저 자 소 개

장 규 수(Gyu-Soo Jang)

정회원



- 1994년 2월 : 경성대 공예디자인과(미술학사)
- 1999년 2월 : 한국외대 신문방송학과(정치학석사)
- 2011년 2월 : 한국외대 글로벌문화콘텐츠학과(문화콘텐츠학박사)

- 1998년 7월 ~ 2008년 3월 : KTV, SM엔터테인먼트, 모델라인, 중앙M&S, CON엔터테인먼트 등 근무
  - 2001년 3월 ~ 현재 : 한국외대, 한신대, 중부대, 성결대, 대경대 등 출강. 연예산업연구소 소장
- <관심분야> : 대중문화, 연예산업, 스타시스템