

대중음악을 통해 본 21세기 한류의 현황과 전망
-2006년 상반기 한류 관련 기사를 중심으로-

장유정(연세대 사회발전연구소 연구원)

1. 머리말
2. 대중음악 한류의 시작과 전개
3. 대중음악 한류의 현황
4. 한류의 문제점과 대처방안
5. 맺음말

1. 머리말

2000년대에 들어서 한류(韓流)가 하나의 문화 현상으로 자리 잡기 시작하였다. ‘한류’란 중국, 대만, 홍콩, 베트남을 비롯한 외국에서 한국 대중문화(음악, 드라마, 패션, 게임, 음식, 헤어스타일 등)를 동경, 추종하며 배우려는 문화현상을 지칭한다.¹ 한국 대중문화의 ‘열풍’, ‘바람’ 내지는 ‘붐(Boom)’을 의미하는 ‘한류’란 용어가 처음 어떻게 쓰였는지에 대해서는 이견이 있다. 그러나 2000년 2월, 한국 댄스그룹 H.O.T가 북경공연을 성공리에 마친 후 중국의 한 신문이 “한류가 중국을 강타했다”는 제목을 게재하면서 한류라는 용어가 쓰이게 되었다는 설이 널리 받아들여지고 있다.

한류를 바라보는 입장은 크게 긍정적인 입장과 부정적인 입장으로 나뉜다. 한류 현상을 긍정적으로 보는 논자들은 외국인들이 한국 문화의 우수성에 감동하여 한국 문화를 수용한 것으로 보는 반면에, 한류 현상을 부정적으로 보는 논자들은 한류를 일시적인 현상으로 간주하고 한류를 ‘짜구려 상품’으로 규정하기도 한다.² 그러나 한류를 바라보는 긍정적인 입장과 부정적인 입장을 떠나서 중요한 사실은 한류가 하나의 현상으로 존재한다는 것이다. 즉 한류를 선부르게 평가하고 성급하게 전망하기 이전에 하나의 현상으로 바라보고 분석해야 하는 것이다.

본고에서는 2006년 상반기 한류 관련 기사를 검토하여 대중음악에서의 한류 현상을 살펴보기로 한다. 구체적으로 2006년 1월 1일부터 2006년 6월 30일까지의 신문 기사를 중심으로 하여 대중음악에서의 한류가 어떻게 전개되고 있으며 그 의미가 무엇인지를 고찰할 것이다. 이러한 작업을 통해서 대중음악 한류에 대한 앞으로의 전망도 제시할 수 있으리라 기대한다.

¹ 이민자(2006), 「청소년들을 파고드는 한류의 매력 : 중국의 한류」, 동아시아의 한류, 전예원, 76쪽.

² 한류에 대한 다양한 관점에 대해서는 신윤환(2006), 「동아시아의 한류를 보는 눈: 담론과 실제」, 동아시아의 한류, 전예원, 19-23쪽을 참조할 수 있다.

2. 대중음악 한류의 시작과 전개

1997년 중국에 MBC 드라마 <사랑이 뭐길래>가 수출되면서 시작된 한류 열풍과 함께 대중음악 분야에서도 많은 가수들이 해외로 진출하였다. 한류 가수들의 해외 공연은 1998년 3월 타이완과 1999년 11월 중국에서 시작되어, 2000-2001년에는 중국, 타이완, 홍콩, 베트남 등지를 휩쓸었다.³ 대만, 중국, 일본을 중심으로 한류의 초기 모습을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

대만의 경우, 김완선과 장호철이 비교적 일찍부터 활발한 활동을 하면서 한국 가요를 대만에 알리는 첨병으로서의 역할을 하였다. 그 후, 대만의 대형 음반회사인 'Rock Records(滾石唱片)'가 대만가수들의 한국어 번안곡을 대만 현지에서 유행시키면서 한국의 대중가요가 널리 알려졌다. 특히 1990년대 말, 클론이 <콩따리 샤바라>를 히트시키면서 한국 댄스음악의 대만 진출이 본격화 되었고, 그 뒤를 이어서 SES, 핑클, 썬스키스, 유승준, 터보 등이 대만에 진출하여 인기를 끌었다. 이러한 한류 가수들의 인기는 H.O.T.에 와서 절정을 이루었는데, 1999년 4월에 결성된 대만 내 H.O.T. 팬클럽은 2001년 3월까지 약 2천 명의 극성 회원으로 구성되어 다양한 활동을 전개하였다고 한다.⁴

다음으로 한류의 진원지라고 할 수 있는 중국을 살펴보면, 2000년 2월 북경에서 H.O.T.가 단독공연을 성공리에 마치면서 중국에서의 한류가 현실화되었다. 이어서 2001년 5월에 NRG, 안재욱 등 한류 가수의 중국 공연이 성공하면서 중국에서의 한류 열기가 고조되었다. 그 뒤를 베이비복스, SES 등이 이으면서 한국의 그룹들이 1999-2000년 중국의 가요시장을 점령하였다. 현재는 강타와 장나라가 중국에서 커다란 호응을 받으면서 활동하고 있다.

마지막으로 일본의 경우를 살펴보면, 한국 연예인들의 일본 진출 역사는 길다고 할 수 있다. 시기를 거슬러 올라가면 일제강점기에 이미 한국 연예인들의 일본 진출이 있었던 것이다. 단적인 예로, 일제강점기에 활발한 활동을 전개하였던 채규엽은 하세가와 이찌로(長谷川一郎)라는 이름으로 일본에서 음반을 발매하기도 하였다.⁵ 그러나 본격적으로 한국 가수들이 일본에서 두각을 나타내기 시작한 것은 1980년대부터이다. 특히 1988년 서울 올림픽을 전후하여 한국에 대한 일본의 관심이 높아지면서 조용필, 김연자, 계은숙 등의 가수들이 일본에서 왕성한 활동을 하였

³ 신윤환(2006), 「동아시아의 한류를 보는 눈: 담론과 실제」, 동아시아의 한류, 전예원, 35쪽.

⁴ 대만에서의 한류 가수의 활동은 전성홍, 「타이베이 시면명의 '하한쭈': 대만의 한류」, 동아시아의 한류, 전예원, 53-54쪽을 참고할 수 있다.

⁵ 박찬호(1992), 한국가요사, 현암사, 209쪽.

다.⁶

이후, 1998년 일본 대중문화 개방과 더불어 한일 양국의 교류가 다양한 분야에서 전개되기 시작하였다. 2001년 5월 싱글앨범 <ID: Peace B>로 일본 가요계에 데뷔한 보아는 2002년부터 2005년까지 NHK 홍백가합전⁷에 4회 연속 출연하였다. 2003년 1월 보아의 정규 2집 <Valenti>가 오리콘 차트 1위에 오른 뒤를 이어서 2003년 5월에는 <Shine we are>가 오리콘 차트 1위에 올랐다. 2004년 1월에는 보아의 일본 정규 3집인 <Love and Honesty>가 오리콘 차트 1위에 올라서, 보아는 일본 한류의 중심에 우뚝 섰다고 할 수 있다.

이처럼 대만, 중국, 일본에서 한국 가수들의 활동은 매우 활발하게 전개되었으며 이들은 한류의 주역으로 한국 대중음악을 외국에 알리는 데 중요한 역할을 하였다. 그렇다면 현시점에서 대중음악의 한류는 어떤 양상을 띠고 있는가? 2006년 1월 1일부터 2006년 6월 30일까지 발생한 중요한 사건을 제시하여 대중음악 한류의 현황을 살펴보기로 한다.

3. 대중음악 한류의 현황

2006년에도 한류 스타들의 해외 활동은 두드러졌다. 특히 K, 보아, 비, 세븐 등의 일류 가수들이 중국과 일본 등지에서 새 앨범을 발매하고 활발한 활동을 전개하고 있다. 2006년 1월부터 6월 사이에 이루어진 대중음악 한류 관련 중요 사건들을 제시하면 다음과 같다.

- (1) 1월 3일 : 보아와 동방신기의 음반이 중국 ‘시나엔터테인먼트 2005년 연말 조사’에서 ‘10대 아시아 레코드’에 선정.
- (2) 1월 6일 : 유승준이 중국 ‘2005년 TOM 연예계 영웅 성대의식’에서 ‘2005년 가장 환영 받은 외국인 가수상’ 수상.
- (3) 1월 9일 : 세븐이 중국, 홍콩, 대만, 말레이시아, 싱가포르 등 아시아 5개국에서 중국어 음반 발매.
- (4) 1월 14일 : 슈퍼리더가 베트남 호치민의 아미 스타디움에서 열리는 대규모 공연에 초청 받음.
- (5) 1월 18일 : K의 1집 앨범 <Beyond the Sea>와 보아의 18번째 싱글 <Everlasting>이 각각 일본 오리콘차트에서 2위와 3위를 차지.
- (6) 2월 2일-3일 : 비가 미국 뉴욕의 메디슨 스퀘어 가든에서 공연.

⁶ 신경미(2006), 「한류열풍은 ‘아시아 공통문화 창출’의 키워드 : 일본의 한류」, 동아시아의 한류, 전예원, 226 쪽.

⁷ NHK 홍백가합전은 톱가수들의 남녀노래 대항전인데, 한 해의 마지막을 장식하는 TV프로그램으로서 일본 국민 전체를 묶어주는 구실을 한다.

- (7) 2월 9일 : 박용하의 세 번째 일본 음반 <Will be there>가 오리콘 일일 차트 음반 부문에서 3위 차지.
- (8) 2월 18일 : K의 <Beyond the Sea>가 일본 오리콘 위클리 차트 2위 차지.
- (9) 2월 25일-26일 : 비가 태국 방콕의 임팩트 아레나에서 공연.
- (10) 3월 1일 : CJ미디어가 일본 법인 CJ미디어재팬을 통해 음악 전문채널 'Mnet'의 현지 방송 시작.
- (11) 3월 4일-5일 : 박용하가 일본 요코하마 아레나 경기장에서 공연.
- (12) 3월 7일 : 보아가 일본 아사히 TV에서 주최한 특집 방송에서 공연.
- (13) 3월 8일 : 세븐, 동방신기, 보아가 나란히 일본 오리콘 톱 10에 진입.
- (14) 3월 9일 : 일본 NHK가 주최하는 제20회 골든디스크 대상 시상식에서 보아가 본상 수상, K는 '올해의 신인상'을 비롯해 4개 부문에서 수상, 박용하도 '올해의 노래'를 포함한 2관왕에 올랐으며, 세븐은 K, 박용하와 함께 '한일 우정의 해 2005 특별상'을 받음.
- (15) 3월 10일 : K가 도쿄, 오사카, 나고야 등 일본 6개 도시에서 단독 콘서트를 개최.
- (16) 3월 14일 : 한류우드 조성사업 MOU 체결식.
- (17) 3월 17일 : 슈퍼주니어가 한국 대표로 '제5회 파타야 뮤직 페스티벌'에 참석하기 위해 태국 방문.
- (18) 3월 17일 : 류시원이 일본 최대 음반 체인 HMV의 데일리 음반 예약 차트 1위를 비롯해 4위를 제외하고 5위까지 모두 차지.
- (19) 3월 17일 : 미국 사이트 '아이튠스(www.itunes)'가 한국 가요를 전 세계 21개국에 소개.
- (20) 3월 25일-26일 : 이지훈 일본 단독 콘서트.
- (21) 3월 29일 : 안재욱이 5집 앨범 <사운드 라이크 유>를 일본에서 발매, 일본 공식 방문.
- (22) 3월 31일 : 안재욱이 일본 도쿄 시부야 NHK홀에서 첫 공연.
- (23) 4월 2일 : 장우혁이 중국 CCTV4 프로그램 출연과 팬클럽 사인회 등의 활동을 벌임.
- (24) 4월 8일 : 한국 출신 가수 밍크가 부른 <Glory of Life>가 '핫 댄스 클럽 플레이' 부문에서 미국 빌보드 차트 1위 차지.
- (25) 4월 12일 : 류시원의 싱글 <나쓰노 유메(夏の夢)> 보아의 싱글 <나나이로노 아시타(七色の明日)>가 각각 일본 오리콘 위클리 차트에서 2,3위 기록.
- (26) 4월 15일 : 중국 'CCTV 중국 모친절(母親節) 기념 특별 콘서트'에서 강타 공연.
- (27) 4월 15일 : 이효리, 신화, 보아가 일본 부도칸에서 펼쳐진 음악전문채널 'Mnet 재팬' 개국을 기념한 특집 프로그램에 참석.

- (28) 4월 15-16일 : 세븐이 일본 도쿄 국립 요요기경기장에서 단독콘서트 개최.
- (29) 4월 16일 : SS501이 일본 도쿄 리가 로열호텔에서 첫 팬미팅
- (30) 5월 1일 : 비가 미국의 시사 주간지 타임이 선정한 '세계에서 가장 영향력 있는 100명'에 오름.
- (31) 5월 6일 : 비가 중국에서 최고 인기를 누리는 한국인 스타로 꼽힘.
- (32) 5월 13일 : SG워너비가 일본 도쿄에서 첫 단독 콘서트 개최.
- (33) 6월 6일 : 신화, 테이, 버즈, 플라이트투더스카이, 노라조가 일본 오사카 오사카 성 홀에서 열린 제1회 'K-POP SUPER LIVE 2006' 콘서트에 참석.
- (34) 6월 8일 : 비가 베트남에서 열린 'S폰 포에버' 콘서트에 참석하여 베트남 팬들로부터 열렬한 환영을 받음.
- (35) 6월 9일 : 유승준의 중문앨범 <승낙>이 발매 1주 만에 20만장의 판매고를 올림.
- (36) 6월 13일 : 류시원이 한 달간 일본 7개 도시에서 13회 공연.
- (37) 6월 16일 : 이민우가 태국 채널 V 주최 '제 5회 뮤직비디오 어워드'에서 아시아 아티스트상 수상.
- (38) 6월 27일 : 한국 대중음악 전문채널 'MTV K'의 개국
- (39) 6월 28일 : 강타가 프로젝트 그룹인 '강타&바네스'의 <스캔들>로 한국인 최초로 대만 차트 1위에 오름.
- (40) 6월 29일 : KCM이 태국 국왕의 초청으로 국민급으로 태국에 방문.

이상이 2006년 상반기 한류 가수들의 활동 현황이다. 이를 통해서 알 수 있듯이, 2006년 상반기에도 중국과 일본을 위시하여 동남아에서 한류 가수들의 활동이 매우 두드러졌다. 특히 (24)에서 보듯이, 비록 한국에서는 잘 알려지지 않았으나 한국 출신의 가수 핑크가 미국 빌보드 차트에 진입하였고 비가 미국 뉴욕 메디슨 스퀘어 가든에서 공연을 하는 등 한류 가수들이 아시아를 넘어서 미국에까지 진입하는 양상을 보여주었다. 게다가 2006년 6월에는 미국에서 한국 대중음악 전문 채널 'MTV K'가 개국을 하여 미국 전역에 한국 대중음악을 24시간 방송할 수 있게 되었다.

2006년 상반기 한류 가수들의 활동을 구체적으로 살펴보면, 대만에서는 6월에 프로젝트 그룹인 '강타&바네스'의 <스캔들>이 대만 차트 1위에 올랐다. 대만의 인기그룹 F4의 멤버인 바네스와 함께 하였다는 것이 장점으로 작용하였겠으나, 강타는 한국인 최초로 대만 차트 1위에 오르는 기록을 남긴 것이다. 그런가 하면, 중국에서는 강타와 장나라가 활발한 활동을 하고 있는 가운데, 유승준의 중문앨범 <승낙>이 발매 1주 만에 중국에서 20만 장의 판매고를 올리면서 그 역시 중국 한류의 선봉장으로서의 역할을 하고 있다.

일본에서는 K, 보아, 류시원, 박용하, 비, 세븐 등이 활발한 활동을 전개하고 있

으며, 신승훈과 이승철도 이에 가세하여 꾸준한 인기를 얻고 있다. 신승훈은 일본에서도 상당한 인기를 얻었던 영화 <엽기적인 그녀>의 주제가 <I Believe>를 불러 일본에 이름을 알리기 시작하였고, 일본 진출을 위해 ‘루이’라는 이름으로 개명한 이승철은 최지우 주연의 일본 TBS 드라마 <윤무곡(輪舞曲)>에서 <사요나라>라는 노래로 오리콘 차트 톱 10에 진입하여 순조롭게 한류 가수의 대열에 들어섰다.

K와 보아도 2006년 1월부터 일본 오리콘 차트 상위권에 꾸준히 오르고 있으며 박용하와 류시원도 일본에서의 공연을 성공적으로 마쳤다. 2006년 3월에는 안재욱이 도쿄 시부야 NHK홀에서 첫 공연을 가졌는데, 발매 15분 만에 3,000석이 모두 매진되기도 하였다. 또한 비와 세븐도 일본에서 두터운 팬 층을 확보하고 있어서 일본에서 대중음악의 한류가 여전히 청신호임을 알려주고 있다.

대만, 중국, 일본 외의 베트남과 태국에서도 한류 가수들의 활동이 돋보이고 있으며, 세븐은 중국, 홍콩, 대만, 말레이시아, 싱가포르 등 아시아 5개국에서 중국어 음반을 발매하여 한류 가수로 맹활약을 하고 있는 실정이다. 이를 통해 알 수 있듯이, 일각의 부정적이고 비판적인 시각에도 불구하고 아시아 지역에서 한류 가수들은 나름대로의 입지를 굳히면서 열심히 활동하고 있다.

그러나 한류 가수들의 해외 활동이 무조건 긍정적인 반응만을 낳고 있는 것은 아니다. 다음 장에서는 2006년 상반기에 있었던 몇 가지 사건을 통해 대중음악 한류의 문제점을 짚어보기로 한다.

4. 한류의 문제점과 그 대처방안

앞 장에서 살펴보았듯이, 대중음악에서의 한류는 중국과 일본을 위시하여 아시아 여러 나라에서 활발하게 전개되고 있다. 그러나 문제점이 없는 것은 아니다. 특히, 일부에서 반한류(反韓流)나 혐한류(嫌韓流)의 기류가 형성되면서 한류에 부정적인 영향을 끼치고 있기도 하다. 2006년도 상반기에 일어난 몇 가지 사건을 들어 대중음악 한류의 문제점과 그 해결책을 살펴보기로 한다.

먼저, 한류스타에 대한 괴소문은 한류 가수들의 위신을 떨어뜨리는 요인으로 작용하기도 한다. 단적인 예로, 홍콩 언론 ‘문회보(文匯報)’ 등은 지난 2006년 3월 15일과 16일에 “비와 새 여자 친구, 태국에서 또 엽혀”라는 제목으로 비와 그의 백댄서 김화영의 해외 데이트설을 보도하였다. 이 신문 기사가 보도된 후에 비의 중국 팬들은 인터넷을 통해 기사의 진위 여부에 관한 열띤 논쟁을 벌이기도 하였다. 한류 스타의 사생활에 대한 이런 식의 보도는 한류 가수에 대한 해외의 관심이 어느 정도인지를 보여주기도 하지만 동시에 그들의 위신을 떨어뜨리기도 한다. 문제가 되는 것은 한류 가수들이 ‘괴소문 퍼뜨리기’의 표적이 되고 이러한 괴소문이 한류에 부정적인 영향을 끼친다는 것이다. 따라서 한류 가수들은 이러한 ‘괴소문 퍼뜨리기’의 표적이 되지 않도록 주의를 할 필요가 있다.

다음으로 2006년 6월에 중화권 공연이 연달아 취소되고 연기된 것 또한 한류 가수들의 이미지를 훼손하는 결과를 가져오기도 하였다. 2006년 5월 27일 마카오에서 열릴 'IVI(국제백신기구) 기금 조성 한-중 가요 페스티벌'이 취소된 데 이어서 6월 3-4일 선양에서 열릴 예정이었던 '2006 한-중 스타 카니발'이 6월 말로 연기되었다. 이처럼 공연이 취소되고 연기된 데에는 기획사에 그 책임이 크다고 할 수 있다. 물론, 중국 공연이 다른 지역보다 절차상의 문제에서 까다로운 측면이 있는 것은 사실이나, 그보다 한국 공연 기획사의 약속 취소가 더 큰 문제라고 할 수 있다.

'2006 한-중 스타 카니발'도 공연을 3일 앞둔 5월 31일에 기획사가 콘서트를 6월 24일로 미루게 될 것 같다고 가수들에게 통보를 하였던 것이다. 사정이 어떠하든지 간에 이런 식의 공연 연기와 취소가 한류 가수들의 이미지를 훼손하고 한류 가수들의 공연에 대한 불신을 갖게 함은 물론이다. 앞서, 2000년 10월에도 한국 공연기획사의 사정으로 NRG와 안재욱 등의 중국 공연이 취소된 바 있다.(동아일보, 2000년 10월 3일) 즉 공연기획사의 문제는 이미 오래된 문제라고 할 수 있다. 따라서 공연 기획사들은 좀더 신중하게 공연을 기획함과 동시에 그 나라의 실정을 잘 파악하여 공연에 차질이 없도록 미리 조심해야 한다. 일본 굴지 연예기획사인 '호리프로'의 가즈다카 호리(堀一貴·46) 부회장은 "한국 연예산업의 주먹구구식 관행이 개선되지 않으면, 한류의 발전을 가로막을 수도 있다"며 "한류의 지속 가능한 발전을 위해 한국 연예산업이 선진화되어야 한다"고 말했다. 기획사의 신중하고도 체계적인 공연 기획과 신뢰감의 회복이 어느 때보다 중요하다고 할 수 있다.

실력 있는 가수의 양성도 중요하다. 가수가 공연에서 립싱크를 한다든지 준비되지 않은 가수가 선부르게 한류에 편승하려는 것은 곤란하다. 2005년 12월 30일, 장나라가 상하이 팬미팅에서 립싱크를 한 것이 알려지면서 중국 언론이 "간도 큰 장나라"라며 공격성 보도를 한 것은 한류 가수의 실수가 한류에 찬물을 끼얹는 행동이 될 수 있다는 것을 보여준 사례이다. 중국 언론은 장나라가 상하이 팬미팅 행사에서 노래를 부르다가 마이크를 떨어뜨려 립싱크가 알려졌고 화가 난 팬들이 환불을 요구했다고 보도하였다. 그러나 장나라는 인터뷰를 통해서 자신이 당시에 감기에 걸려 있었고 베이징 팬미팅에서 목이 쉰 상태에서 노래를 부른 상황을 재연하고 싶지 않아서 상하이에서는 빠른 노래는 테이프를 틀기로 했었는데, 마이크를 떨어뜨리는 바람에 그 사실이 알려졌다고 하였다. 결국 중국 언론의 보도처럼 환불 사태로 이어지지는 않았고 팬들이 진탕 웃는 것으로 사건은 해결되었다고 장나라는 해명하였다.

그러나 한류 가수의 작은 실수 하나가 한류에 반감을 가지고 있는 사람들에게는 커다란 공격의 표적이 될 수 있다. 또한 그 어떤 경우에도 가수가 공연에서 립싱크를 하는 것은 옳지 않다. 가수에게 있어서 노래는 기본이다. 기본이 갖추어져 있어야 그 외의 것도 거론할 수 있는 것이다. 2006년 3월 18일, 중국 상해에서 열린 '몽블랑 100주년 기념행사'에 참여한 세븐은 완벽한 라이브 실력으로 주최 측 음향

팀으로부터 립싱크 의혹을 받았었다. 즉 리허설 내내 세븐은 실제 공연처럼 100% 라이브로 춤과 노래를 선보였는데, 음향 팀에서는 음반과 똑같은 노래 실력 때문에 세븐이 립싱크를 한 것으로 오인한 것이다. 라이브 사실을 확인한 음향 팀이 세븐에게 정중하게 사과를 하고 2곡만 선보이기로 한 계획을 수정, 4곡을 불러달라고 요청하였다고 한다.(스포츠조선, 2006.03.21)

결국, 이는 실력 있는 가수만이 한류를 지속시키는 힘임을 알려주는 사건이었다고 할 수 있다. 실제로, 2006년도 상반기에 해외에 진출하였다는 기사는 있으나 그 이후 활동에 대한 언급이 없는 가수들도 있다. 외국에 진출한 모든 가수가 성공하는 것은 아니다. 보아나 비가 해외에 진출하기 위해서 그 나라의 언어 습득을 비롯하여 얼마나 많은 노력을 했는지를 고려한다면 준비된 가수가 얼마나 중요한지를 짐작할 수 있다.

그런가 하면, 2006년 2월에 있었던 비의 뉴욕 공연은 대중음악 한류의 가능성과 한계를 동시에 보여주는 사건이었다. 국내 언론이 비의 뉴욕 공연에 대해서 “맨해튼이 비에 젖었다”, “한류가 태평양을 건너기 시작했다”, “뉴욕 공연 5천 명 열광했다”, “뉴욕 언론의 관심은 더 뜨겁다”며 찬사를 보낸 지 하루 만에 미국 언론에서 상반된 평가가 나왔던 것이다. 미국 언론은 “비가 마이클 잭슨의 의상과 행동을 흉내 내고 있었다. 비의 공연은 한국어로 더빙된 옛날 MTV 뮤직비디오를 보는 것 같았다”(뉴욕 타임스), “비는 어셔와 저스틴 팀버레이크와 비교되지만 그들의 요즘 작품이라기보다는 90년대 노래처럼 들린다”(뉴욕데일리뉴스)며 비에 대한 인색한 평가를 내렸다.

국내 언론이 대체로 비의 뉴욕 공연을 지나치게 낙관한 반면에 비의 공연을 본 미국의 언론은 냉정하고 혹독하였다. 비에 대한 미국 언론의 평가가 지나치게 인색하다는 느낌을 지울 수는 없으나, 그들의 비판 중에는 새겨들어야 할 내용도 있다. 비가 힘과 열정이 넘치는 무대 매너와 역동적인 춤을 보여주는 하였으나, <뉴욕 타임스>의 음악 담당 존 파를리스(Jon Pareles)의 지적처럼 비의 공연이 그들에게 “차별화된 것을 보여주지 못하면서 흉내 내기로 일관한” 것으로 비쳐지기도 하였던 것이다.

비의 공연은 미국 음악 시장의 벽이 얼마나 높은지를 절감케 하는 사건이면서 동시에 대중음악에서의 한류가 아시아를 넘어 서양에서도 힘을 발휘하기 위해서 어떤 요소가 필요한지를 알려주는 소중한 계기가 되기도 하였다. 즉 한류를 유지하기 위해서는 ‘낮설음과 친숙함의 공존’이 요구된다. 특히 서양에서의 공연은 그들의 음악과 유사한 친숙함을 강조하는 것만으로는 부족하다. 한국에서 나고 자란 한국 사람이 아무리 노력해도 오페라의 발칸토 창법을 이탈리아의 오페라 가수만큼 완벽하게 소화할 수 없듯이, 서양 사람이 아무리 노력을 해도 한국의 판소리를 한국의 명창만큼 그 맛이 나게끔 부를 수는 없는 노릇이다.

따라서 우리가 그들의 음악을 따라만 하는 것은 그들에게 친숙한 느낌은 줄지언

정, 친숙함을 넘어서 그들에게 독창적인 느낌과 감동을 주기는 어렵다. 오히려 그들에게 어설픈 아류로 비추어질 가능성이 높다. 한류가 서양의 높은 벽을 넘으려면 한국만의 독창적인 요소를 친숙함과 접목시킬 필요가 있다. 물론, 그 구체적인 모습을 여기서 제시하기는 어렵겠으나, 무엇보다도 콘텐츠의 개발이 시급하다고 할 수 있다.

대중음악 평론가 임진모는 “미국 시장에서 성공하기 위해서는 단순한 홍보를 넘어서 완벽한 마케팅 시스템이 동반되어야 한다”(KBS TV, 2006년 2월 6일)고 하였으나, 더 중요한 것은 서양인들의 마음을 움직일 수 있는 독창적이면서도 감동적인 콘텐츠의 개발이다. 그리고 그러한 콘텐츠는 한국적인 것에서 그 원천을 찾을 수 있다. 여기서 ‘한국적인 것만이 가장 좋은 것이며 세계적인 것’이라고 주장하는 것은 아니다. 다만, 우리에게 가장 친숙하고 익숙한 것이 경쟁력 있는 상품이 될 수 있음을 말하는 것이다. 드라마 <대장금>은 그러한 좋은 예가 될 것이다. <대장금>은 한국 요리, 한국 음악, 한국 의상과 같은 한국 문화 전반을 해외에 알린 성공적인 예이다.

대중음악에서도 그러한 시도가 요구된다. 지금이야말로 한국적인 것을 대중가요에 접목시키려는 노력이 무엇보다 필요한 시점인 것이다. 물론, 한국적인 것이 어느 하나의 실체로 고정되어 있는 것은 아니다. 그것은 신명이나 흥, 또는 한과 같은 한국 고유의 정서가 될 수도 있고 음악적인 요소나 창법이 될 수도 있을 것이다. 중요한 점은 우리가 가장 자신 있는 것을 선택해서 그것을 우리만의 독창적인 것으로 만들려는 노력을 해야 한다는 것이다.

음악의 힘이 위대하다는 것은 더 이상 강조할 필요가 없을 것이다. 음악은 타인과 타인의 마음을 이어주는 다리의 역할을 할 수 있다. 단지 타인을 넘어서 음악은 나라와 나라 사이를 이어주는 교량으로서의 역할도 한다. 우리에게 가장 친숙하면서도 경쟁력 있는 콘텐츠를 개발하여 이를 대중가요에 접목시킨다면 독창성으로 서양사람들의 이목을 집중시킬 수 있을 것이다. 사실상, 나라마다 공략해야 할 부분이 다를 것이다. 실제로 중국에서의 한류가 일본보다 앞설 수 있는 것은 문화적 유전자의 친근성에서 비롯한 것이다.⁸ 그러므로 ‘낮설음과 친숙함의 공존’, ‘독창성과 보편성의 조화’를 적절하게 사용할 필요가 있다. 이에 더하여 진정성도 필요하다. 한탕주의나 주먹구구식의 태도는 곤란하다. 진실은 만국의 공용어이다. 진실된 마음으로 열과 성의를 다하여 대중음악의 한류에 임한다면 분명히 좋은 성과를 낼 수 있을 것이다.

5. 맺음말

이상으로 2006년도 상반기 대중음악의 한류 관련 기사를 중심으로 한류의 현황

⁸ 홍칭보, 한겨레, 2006년 3월 15일.

을 알아보고 앞으로의 전망도 해보았다. 한류는 분명히 한국이 모처럼만에 얻은 호기(好機)이다. 한류는 단지 문화적인 차원에서의 효과만이 아니라 경제적인 이익은 물론 국가 이미지를 제고(提高)하는 효과까지 가져올 수 있는 것이다. 지난 2005년 한 해 동안 한류 관련 콘텐츠 수출액만 1억 달러 이상 달성하였다는 것만 보더라도 한류가 가져다 주는 혜택이 얼마나 대단한지를 알 수 있다.

물론, 한류가 언제까지 지속될지 그 누구도 장담할 수 없다. 그러나 한류가 지속되고 있는 한 우리는 한류의 긍정적인 측면을 부각시키면서 이를 살려나갈 방안들을 모색해야 할 것이다. 외국은 차치하더라도 국내에서 반한류나 혐한류의 기류를 조성하는 것은 삼가야 한다. 한류를 일러, “싸구려 문화” 내지는 “B급 문화”로 간주하는 것은 스스로의 얼굴에 먹칠하는 형국이다. 그러한 평가 이면에는 고급문화와 대중문화를 경계 짓고 고급문화만이 좋은 문화라는 시대착오적인 편견이 자리하고 있다. 한류의 주역은 이른바 고급문화가 아니라 대중문화이다. 이러한 대중문화를 기존의 고급문화를 바라보는 잣대로 평가해서는 안 된다. 대중문화는 그 나름대로의 의미를 지니고 있는 것이며, 가장 좋은 대중문화란 결국 대중의 선택에 달린 것이니 일부 지식인들의 평가에 따라 결정되는 것은 아니다.

앞서 언급하였듯이, 대중음악에서의 한류를 지속시키기 위해서는 몇 가지 노력이 요구된다. 이를 위해서는 정부와 음반기획자와 가수의 적극적인 공조 체제가 필요하다. 현재 국내 음반 시장은 장기적인 불황을 겪고 있다. 내수시장의 확대를 위한 노력이 필요한 것도 사실이나, 한류 가수의 해외 진출은 내수 시장의 불황 타개책으로서의 역할도 하고 있다. 음반시장의 규모로 볼 때, 세계에서 미국이 1위이며, 일본이 2위를 차지하고 있다. 일본의 음반 시장은 한국 음반 시장의 10배를 넘는다고 하니 그 규모를 가히 짐작할 수 있다. 또한 중국도 커다란 음반 시장이다. 결국, 미국과 일본, 중국의 음반 시장을 공략하는 것은 국내 음반 산업이 살아남기 위한 방안이 될 수 있다. 그 밖에도 한류 배우가 출연한 한국 영화나 드라마의 OST에 한류 가수가 참여하는 ‘원-원 전략’이나 슈퍼주니어의 중국인 멤버인 한경의 예처럼 현지인을 한국인 기획사가 발굴하여 데뷔시키는 ‘현지화 전략’도 효과적인 것이다.

대중음악에서의 한류가 한때의 붐으로 끝날지, 아니면 지속되어서 K-POP이 하나의 장르로 세계에 정착될지는 지금부터 우리가 어떻게 하느냐에 따라 달라질 것이다. 그러므로 한류는 지금부터 시작이다.

참고문헌

- 신윤환, 이한우 편(2006), 동아시아의 한류, 전예원.
박찬호(1992), 한국가요사, 현암사.