

韓国の中の「イルリュ(日流)」に対する考察

安 容 柱*

目 次

- | | |
|-----------------|---------------------------|
| 1 はじめに | |
| 2 ハンリュとイルリュ | 3.4 放送とゲーム市場 |
| 2.1 ハンリュ(韓流)とは？ | 4 韓国におけるイルリュ(日流) |
| 2.2 イルリュ(日流)とは？ | 4.1 イルリュの形成 |
| 3 日本大衆文化開放 | 4.2 イルリュの中心、出版市場 |
| 3.1 開放の足取 | 4.3 ハンリュと嫌韓流、イルリュと
嫌日流 |
| 3.2 映画及びビデオ市場 | 5 結び |
| 3.3 音盤及び公演市場 | |
-

1 はじめに

韓国における日本の大衆文化開放は一九九八年四月、「日本の大衆文化開放において恐れずに臨むこと」という当時の金大中大統領の指示により、一九六五年の韓日国交正常化後にもいかなる日本の要求にも固くなまでに閉じていた「日本大衆文化接触禁止」が韓日文化交流政策諮問委員会による数回に及ぶ協議の末、段階的開放方針を決め一九九八年十月、四段階による段階的の日本大衆文化開放政策が発表された。これは当時大統領候補合同討論会で彼が打ち出した公約を守るための政治的ジェスチャから出たことと言える。

本稿では日本大衆文化の開放の足取と影響を調査し韓国の社会にいかなる変化をもたらしたか、韓国でのイルリュの形成について調べることにする。

* 鮮文大學校 日本語科教授 日本語教育

2 ハンリュとイルリュ

ハンリュ(韓流)という言葉が巷に広がり始めたのは日本大衆文化開放とその歩を殆んど一緒にしているといえる。韓国にはイルリュ(日流)という言葉が公には使われていないこともあるのだが巷ではハンリュという言葉に対する対応語として通用されていることが実情である。

2.1 ハンリュ(韓流)とは？

ハンリュ(韓流)は日本ではカンリュウ(Korean Wave)といい韓国大衆文化の流行を指す言葉として定着してある。この言葉は一九九七年アジア通貨危機頃から始まった文化輸出国を目指す韓国の国策を背景としており、二〇〇〇年前後から韓国ドラマが東アジアの国々で放送されるようになり、韓国の俳優や韓国文化全般に対する人気が高まって一つのブームが形成されることになった。この現象を台湾で「韓流熱風」と言い表され、その後中国や日本でも使われるようになったと言われている。今は海外にて創られたこの言葉が韓国に逆輸入された形で通用されているのが実情と言える。日本における韓流は二〇〇三年NHKで『冬のソナタ』を放送したのが発端になりその後続いて放映された韓国の純愛ドラマによる中高年層の女性がブームの牽引役となった。二〇〇四年に入り、テレビ・ラジオ・映画・音楽・新聞・雑誌・出版等のメディアが競うように韓国の文化芸能情報を取り上げ、「韓流」という言葉の普及を押し進めた結果となった¹⁾。

2.2 イルリュ(日流)とは？

韓国では、韓流に対応する日本の大衆文化の流行を指す言葉としてイルリュ(日流)という言葉を使っているのだが、市民権を得る²⁾までは届かずマニアの間からは広範囲で通用されていると言える。華語文化権では哈日族(ハーリーズウ)と言って、日本の現代大衆文化を好む台湾人、中国人を指している。彼らは主に日本のアニメや服装、流行音楽、電化製品等、日本の流行文化に関心がある若い世代である。これと一線を引いてはいるのだが、華流(ホアリョウ、ファーリュウ)といい、中国・香港・台湾など中国語文化権における大衆娯楽文化の流行を指す言葉もある。これは、日本のメディアが韓国の大衆娯楽文化の流行を指す「韓流」に対応する語として作り出したものである³⁾。

1) <http://ja.wikipedia.org/wiki/%E9%9F%93%E6%B5%81>(2007.11.27現在)

2) 言葉は生き物なので変わっていくものですから一般に通じるようになれば市民権を得るわけですが / 今頃はことばの乱れとして扱われているものも、認知度が高くなれば十分に市民権を得るということです
http://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q1311487118

3) <http://ja.wikipedia.org/wiki/%E8%8F%AF%E6%B5%81>(2007.11.27現在)

3 日本大衆文化開放

一九九八年第一次日本大衆文化開放措置により五三年ぶりに韓半島に上陸を果たした初の日本映画は北野武監督の「はなび」であったが、開放当時韓国と日本の取材陣は上映される映画館の前でこの歴史的な事件について熱い関心を寄せたのだが観客動員には失敗し約六万名を記録することで終わった。これをもって当時のマスメディアは予想より反響を呼び起こせなかったという早とちりの評価を下したが、これには日本が香港に対しておとした失敗の前轍を踏まないがための段取りであったことに気づく者はいなかったようである。

3.1 開放の足どり

日本大衆文化開放措置は一九九八年十月八日、韓・日両国頭脳会議で「韓日パートナーシップ共同宣言」が発表され「段階的に開放に臨む」ことを闡明した。その後、一九九八年十月に第一次開放により漫画市場を全面開放して以来、一九九九年二月には第二次開放政策により映画市場の開放、二〇〇〇年六月に第三次映画市場開放、二〇〇四年一月には日本大衆文化の全面的開放に当たる第4次開放が実施されることになった。

第四次市場開放は韓・日ワールドカップ共同主催を前に二〇〇一年内に全面開放を断行するつもりであったが、二〇〇一年七月一二日、日本の歴教科書歪曲事件と小泉首相の靖国神社参拝という予期しなかった政治的暗礁にぶつかり、日本大衆文化開放措置は全面中断を宣言される羽目になった。これにより津波のような勢いで勢力を伸ばしつつ韓国に浸透しかけていた日本大衆文化はその勢いに足止めがかかり、代わりに韓国国内では日本大衆文化開放に対する批判や自粛の声が立ち始まる契機となった。

段階的に開放された日本大衆文化は映画・アニメーション・ビデオ・公演・音盤・ゲーム・放送・漫画という大きく八つの項目に分けて市場の反応を伺いつつ開放の速度を調節する形をとったのである。

<表1>日本大衆文化開放現況(文化広報部内部資料) 4)

部 門	開放範囲	未開放範囲	備考
映 画	四代国際映画祭(カンヌ、ベニス、ベルリン、アカデミ)受賞作	18才観覧可能映画(18歳未満観覧可能映画)	1次開放
	四代国際映画祭(カンヌ、ベニス、ベルリン、アカデミ)受賞作		
	韓国映画へ日本人俳優の出演許可及び韓日英が週間開催		
	公認の国際映画祭*受賞作		2次開放
	映像物等級委員会が認める全体観覧可能の映画		3次開放
映像物等級委員会が認める12才観覧可能と15才観覧可能映画			
映画館用アニメーション	国際アニメーション映画祭をはじめ各種国際映画祭受賞作	国際映画祭受賞作以外のアニメーション	3次開放
ビデオ	開放対象の日本映画とアニメーションの中から国内で上映された作品のビデオ	国内で上映されていない一般の劇映画と映画館用で製作されたアニメーションビデオ、成人用のアダルトビデオ等	1・2・3次映画(アニメーションを含む)解放時にビデオと連携して開放
大衆歌謡公演	2000席以下希望の室内公演	無し(完全開放)	2次開放
	室内外の区別なく全面開放		3次開放
音 盤	日本語歌唱音盤を除くすべて	日本語歌唱音盤	3次開放
	日本語歌唱音盤を除く全て(演奏音盤、第3国語歌唱音盤、韓国語翻案音盤等)		
ゲーム	ゲーム器用のビデオゲーム物を除くもの(PCゲーム物、オンラインゲーム物、業界用のゲーム物等)	ゲーム器用ビデオゲーム物**	3次開放
放 送	媒体の区分無くスポーツ、ドキュメンタリ、報道プログラムの放送許可	ドラマ、ショープログラム等娯楽用のプログラム	3次開放
	ケーブルテレビ及び衛星放送の場合は公認された国際映画祭受賞作と全体観覧可能な映画として国内開放作品の放映許可		
漫 画	日本語版の出版漫画、漫画雑誌	無し	1次開放

*対象の映画祭は映画振興委員会の褒章対象映画祭(13個)、国際映画製作連盟(FIAPF)認定映画祭(映画振興委員会褒章対象の映画祭と重複される映画祭を除くと約60余個)等総70余個

**ゲーム器用ビデオゲーム物、テレビ又はモニターにゲーム器(ハードウェア)を繋ぎ操作道具(ジョイスティック、ジョイパッド等)を利用してゲームができるようにしたコンテンツ(ソフトウェア)で例えばプレイステーション1・2、ドリムキャスト、ニンテンド64等

3.2 映画及びビデオ市場

日本の大衆文化を開放した効果として二〇〇一年にまとめられた韓国文化政策開発院の報告書によると、市場の構造と市場規模の変化という経済的側面から、日本大衆文化開放後二〇〇一年まで映画館で上映された映画は五〇本に達している。今は毎年四〇本以上の映画が輸入されている。開放の初年度であった一九九八年には「はなび」と「うなぎ」が、一九九九年には四本に、二〇〇〇年には二四本、二〇〇一年九月時点で二一本が映画館で上映された。第一次開放で輸入された二つの作品は予想を下回る成績であったが第二次開放で輸入された作品で「ラブレター」「鉄道員」「侍フィクション」は十万人を越える成績を納めた。特に岩井俊二監督の「ラブレター」は140万人の観客を動員させた。一九九九年当時日本語で流れる「お元気ですか」はその年の流行語にもなったほど日本映画の可能性を見せ付けてくれた。

劇場用で作られたアニメーションの方は実写の映画とは違って二〇〇二年に開封された「千と千尋の行方不明」は200万名を、二〇〇四年の「ハウルの動く城」は300万名の観客動員力を見せ安定的な観客層を確保したと評価している。アメリカの場合、劇場用アニメーションにて強点があり、日本の場合はTVアニメーションにて強点を持っており世界の65%に上るシェア率を記録している。

韓国映画振興委員会の資料によると二〇〇六年度に輸入された外国の映画本数はアメリカ三一本でその次を日本映画六四本が後を継いでいる。日本映画の市場開放以来二〇〇五年七月にはソウルの明洞にて日本映画専門館である『CQN:Cine Qua Non Korea』がオープンするに至った。

<表2>ソウル観客数10万名以上の日本映画(2001.9.30集計)⁵⁾

映 画 名	開 封 日	動員観客数
ラブレター	1999.11.20	670,000
鉄道員	2000.02.04	226,000
サムライ フィクション	2000.02.19	236,000
感覚の帝国	2000.04.01	150,000
4月物語	2000.04.08	142,000
シャル ウィ ダンス	2000.05.13	265,000
踊る大捜査線	2000.07.22	289,000
りん2	2000.07.29	126,000
ウェルカム ミスター マクドナルド(原題：ラジオの時間)	2000.12.02	141,000
ポケットモンスター・ミュウツーの逆襲	2000.12.23	186,000
となりのトトロ	2001.07.28	128,900

5) 映画振興委員会政策研究室

〈表3〉2001~2006年ソウル基準開封映画の国籍別市場占有率⁶⁾

구분	한국영화	미국(직배)	미국(수입)	중국 (홍콩/대만)	유럽	일본	기타	계	
2001	편수	52	60	77	14	45	24	8	280
	편수 비율	18.90%	21.90%	26.90%	5.30%	15.30%	9.00%	2.70%	100.00%
	관객수	16,131,887	10,704,585	5,528,493	276,307	1,824,380	489,759	27,806	34,983,217
	편당관객수	283,016	162,191	68,253	17,269	39,660	18,139	3,476	116,223
	관객수 비율	46.10%	30.60%	15.80%	0.80%	5.20%	1.40%	0.10%	100.00%
2002	편수	82	74	57	6	24	13	18(9편)	274
	편수 비율	29.90%	27.00%	20.80%	2.20%	8.80%	4.70%	6.6%(3.3%)	100.00%
	관객수	18,364,143	12,804,599	7,059,847	572,608	518,213	1,322,292	126,027(88,575)	40,767,729
	(이월관객수)	509,993	840,856	1,376,330	-	64	5,991	-	2,797,538
	편당관객수	217,719	161,672	99,711	95,435	18,910	101,254	7,002(9,884)	138,573
관객수 비율	45.00%	31.40%	17.40%	1.40%	1.30%	3.20%	0.3%(0.2%)	100.00%	
2003	편수	65	68	44	10	29	18	6	240
	편수 비율	27.08%	28.33%	18.33%	4.17%	12.08%	7.50%	2.50%	100.00%
	관객수	21,780,462	11,852,060	7,238,731	1,100,280	650,097	1,263,861	62,591	43,948,082
	(이월관객수)	1,168,364	482,980	873,551	-	2,742	-	-	2,527,637
	편당관객수	317,109	167,192	144,663	110,028	22,323	70,215	10,432	172,585
관객수 비율	49.56%	26.97%	16.47%	2.50%	1.48%	2.88%	0.14%	100.00%	
2004	편수	74	72	47	9	33	28	5	268
	편수 비율	27.61%	26.87%	17.54%	3.36%	12.31%	10.45%	1.87%	100.00%
	관객수	25,513,346	11,755,590	7,610,481	749,287	267,286	973,040	168,763	47,037,793
	(이월관객수)	2,831,677	243,394	794,963	-	-	9,045	8,854	3,887,933
	편당관객수	306,509	159,892	145,011	83,254	8,100	34,428	31,982	161,007
관객수 비율	54.24%	24.99%	16.18%	1.59%	0.57%	2.07%	0.36%	100.00%	
2005	편수	83	63	51	7	54	25	15	298
	편수 비율	27.85%	21.14%	17.11%	2.35%	18.12%	8.39%	5.03%	100.00%
	관객수	25,832,185	13,225,750	5,004,166	676,252	1,075,998	926,083	236,974	46,977,408
	(이월관객수)	87,767	579,101	536,995	0	69,706	558,065	541	1,832,175
	편당관객수	310,174	200,740	87,592	96,607	18,635	14,721	15,762	151,494
관객수 비율	54.99%	28.15%	10.65%	1.44%	2.29%	1.97%	0.50%	100.00%	
2006	편수	108	68	51	12	51	35	20	345
	편수 비율	31.30%	19.71%	14.78%	3.48%	14.78%	10.14%	5.80%	100.00%
	관객수	30,521,843	14,525,094	3,136,935	634,979	393,722	1,201,988	135,830	50,550,391
	(이월관객수)	3,967,900	977,011	8,179	-	2,349	-	-	4,955,439
	편당관객수	245,870	199,237	61,348	52,915	7,674	34,343	6,792	132,159
관객수 비율	60.38%	28.73%	6.21%	1.26%	0.78%	2.38%	0.27%	100.00%	

* 영화상영권 입장권통합전산망과 배급사 제공자료를 토대로 한 수치로, 극장조사 결과 서울관객수(1.9)와 차이가 있을 수 있음.

* 2002년 이후의 편당관객수는 이월관객수를 제외한 수치임.

* 기타에서 () 안에 있는 수치는 공동제작영화를 말함.

6) 2007年度版韓国映画年鑑

3.3 音盤及び公演市場

韓国における音盤市場に対する日本音盤は第三次開放に及んではじめて部分的に許容された。それに第三次開放措置からも日本語歌唱音盤は除外され、演奏だけの音盤と第三国語歌唱音盤、韓国語で翻案された音盤だけが許可されたため音楽市場への影響を判断することは難しい面がある。韓国音盤産業協会によると二〇〇六年度に年間販売量で10位以内にランクされた日本歌手の音盤はまだ見えていないと発表している7)。

文化観光部の資料によると第三次開放が行われた二〇〇〇年に日本からの音盤輸入は約六億ウォン程度で前年度の三億ウォンより90%増加していると発表している。これは関税庁の統計資料を引用した発表であり、一九九九年の金額も一九九八年の1億4千万ウォンに比べると128%増加していることになり自然増加と見られるほどのものであり、第三次開放措置による傾向とはみかたいと言える8)。資料によると二〇〇四年一月の第四次開放により音盤市場は全面開放の時代を迎えた。つまり、今まで許可されていなかった領域、即ち、日本語歌唱音盤市場も全部開放されたことになる。これにより日本のアイドル歌手群の活躍に目を張るところが増え、中島美嘉は二〇〇四年アルバム販売3万枚を、ウィンズ(W-ins)は二〇〇五年アルバム販売1万5千枚を記録した。韓国の衛星放送であるSKYLIFEではJ-POPのジャンルが追加された。

3.4 放送とゲーム市場

第三次開放でようやくはじまった放送部門では媒体の区別無くドキュメンタリー、スポーツ、報道プログラムが許容され、憂慮されていたドラマや教養、娯楽プログラムが除外されたためその影響を評価することは難しい面がある。しかし、韓国放送委員会の資料によると二〇〇〇年日本からの放送プログラムの輸入は273万\$で前年度の110万\$に比べると151パーセント上昇したものである。

第三次放送部門の開放が行われる前に行われた、日本放送開放に関連した専門家対象のアンケートでは9)、次のような内容を見せている。

<表4>放送部門開放に対する専門家対象のアンケート(一部抜粋)

日本放送開放の影響力	全体：肯定的影響(57.6) 否定的影響：市民団体(63.6)、国会(60)
日本放送開放の肯定的側面	日本プログラムのまね及び剽窃是非を終える契機(20) 多様な文化接触の機会増加(18.6) 日本文化に対する漠然な憧憬と追従から脱皮可能(14.7)
日本放送開放の否定的側面	暴力的、扇情的プログラム流入の増加(28.4) 低俗なプログラムの流入の加速か、国内大衆文化水準の低下憂慮(14.3) 対日経済従属に継ぐ文化的従属の憂慮(11.3)

7) <http://www.donga.com/fbin/output?n=200704240162>(2007年10月13日現在)

8) 韓国文化政策開発院「日本大衆文化開放の影響分析」2001 p29

9) 2003年10月 放送委員会討論資料

<表5>ジャンル別の日本放送プログラムの輸出入現況

(単位：本数, 千\$)

輸入						
年度/ジャンル	ドキュメンタリー		アニメーション		小計	
	本数	総額	本数	総額	本数	総額
'01	103	209	553	1,334	636	1,544
'02	78	168	355	372	433	540
小計	181	377	908	1,706	1,069	2,084

二〇〇四年一月の全面開放により日本ドラマのケーブルTV、衛星放送が許可された。集計では二〇〇五年十月まで約 1 2 0 本が放送されたことになっている。

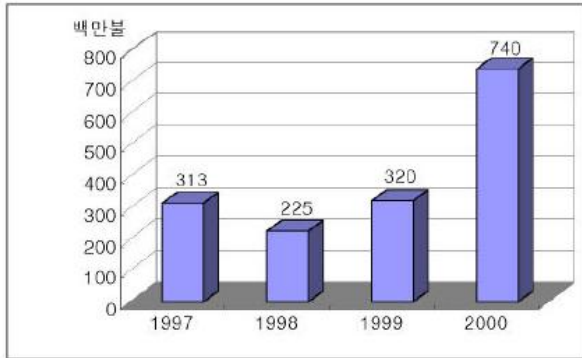
<表6>放送部門開放に対する一般人対象のアンケート(一部抜粋)

日本放送開放と歴史問題の関連	歴史問題が開放条件になってはならない(6 1 . 6) 歴史問題解決なくては開放反対(3 5 . 6)
韓日放送プログラム共同製作増加に関する評価	望ましい(7 3 . 3) 望ましくない(2 4 . 4)
国内/共同製作ドラマの日本人芸能者の出演に関して	抵抗を感じない(7 0 . 3) 抵抗を感じる(2 8 . 5)
国内/共同製作ドラマの日本語台詞使用の適正性	必要な場面で最小限で使用(4 4 . 6) ドラマの展開上、両は問題にならない(3 5 . 2) 韓国語でダビングすべし(1 9 . 2)

ゲーム市場は第三次開放により許容されたゲーム機用のビデオゲーム物を除いたPCゲーム物、オンラインゲーム物、業界用のゲーム物に対する流入が許容された。しかし、ゲーム部門では開放手順に入る前から既に韓国社会に全般的に大きく浸透されており、その波及効果が大きく感じられなかったのも事実である。それに、一九九五年アメリカのゴア副大統領の構想から始まった情報ハイウェイは韓国のネットワークインフラを大きく変え、韓国全域を光ファイバ(Optical Fiber)でつなぎ、ネットワークを基盤とした情報基盤社会の構築を可能にしたおかげで、オフラインゲーム(ビデオゲーム)市場ではその市場の大部分を日本勢に潜食されていたゲーム部門が、一対多数のユーザーが同時にオンライン上でゲームが楽しめるオンラインゲーム分野で世界的な技術力を武器として世界のオンラインゲーム市場を大きく揺るがす時代となった。ネットワークインフラを基盤としたオンラインゲーム市場は日本へ逆輸入されるまで成長し、日本のゲーム市場の状況をまで拡大する契機となったと言える。その根拠としては第三次開放後日本ゲー

ムの輸入が減少していることから分かることである。韓国のゲームユーザーはオフラインゲームから急速にオンラインゲームへと離脱し始めた結果と言える。

<図 1 >韓国ゲーム産業市場規模の推移¹⁰⁾



註：出荷規模基準

<表 7 >日本ゲーム物の韓国市場占有率¹¹⁾

区分	1997	1998	1999	2000
占有率	22.9%	12.6%	11.1%	4.8%

4 韓国におけるイルリュ(日流)

韓国ではイルリュ(日流)という言葉がポピュラーには使われていないが、産業界やマニア層を中心にこの用語はある程度定着しつつあるのが現状と言える。その一例としてオンライン上で頻繁に使われている国語辞書は新造語においてその反映がかなり早い。韓国語で「일류:イルリュ(日流)」で検索すると<図2>の結果が見られる。

10) ゲーム総合支援センター 『2001韓国ゲーム白書』より

11) 韓国文化政策開発院 「日本大衆文化開放の影響分析」 2001 p37

<図2>オンライン上の国語辞書の検索結果¹²⁾

국어사전 (1 - 5 / 5 건)

일류 [一流]
[명사] 어떤 방면에서 첫째가는 지위나 부류.

일류 [溢流]
[명사] 넘쳐 흐름. '무넘이'로 순화.

일류 [日流] 신어
[명사] 일본 문화의 인기가 매우 세차게 일어나는 기운이나 기세.

일류[日流]신어

[명사]일본문화의 인기가 매우 세차게 일어나는 기운이나 기세

日流[日流]新語

[名詞]日本文化の人氣が勢い良く伸び上がる氣運や氣勢

と出ていることからこのことが分かる。

4.1 イルリュ(日流)の形成

ハンリュ(韓流)という言葉に対しては2節で触れているが、これに対して日本ではもっとも最初に頭に浮かべられることは韓国俳優のベヨンジュンというヨンサマのことであり、ヨンサマを迎えるがために成田空港へ駆け付けた五千人の人並みを思い出すのではなかろうか。しかし、目には浮彫りになって見えてこないのだが、韓国社会の底辺に広がっているイルリュ(日流)であってもこれに勝るとも負けることはないと言える。それは地理的な近接性や長い間の歴史的癒着関係から形成されてきたものであろう。

もう一つは、日本においてハンリュ(韓流)ブームを造成した牽引車は日本の中年の女性層が占めているのだが、イルリュ(日流)の中心には韓国の若年層が大多数を占めていることを指摘する必要がある。

インターネットポータルサイトである「ダウム」の「日本大衆文化同好会」のうちもっとも規模の大きい「日本TV」は会員数が49万1千名にも登り、「アメリカ大衆文化同好会」のうちもっとも大きいと言われている「ハリウッドの美しいカップル」19万4千名の2倍にもなる。また日本のドラマ同好会である「E-日本TV」も21万8千名の会員数を誇っている¹³⁾のが現状である。

オンライン上にはこれだけでなく日本の芸能人のファンカフェの活躍も韓国芸能人のファンカフェと遜色のないほど立派に動いている。モーニング娘10万人、浜崎あゆ

12) http://dic.naver.com/search.naver?where=dic&mode=all&query_euckr=&query=%C0%CF%B7%F9

13) http://www.kjclub.com/kr/exchange/trans/read.php?uid=571&fid=571&thread=1000000&idx=1&page=1&tname=exc_board_42&number=3&f=a.k_subject&word=%EC%ED%D7%B5再引用

み約5万名、松本潤4万7千名ぐらいの会員が活動している。

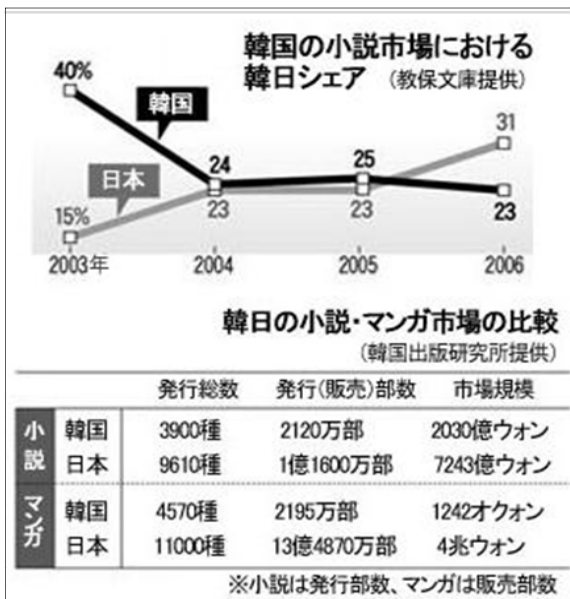
上でも指摘したようにハンリュ(韓流)のファンは中長年層であるに対し、イルリュ(日流)は若年層が多いことが大きな特徴と言える。韓国観光公社の統計によると韓国を訪問した日本観光客の年齢層は40才以上(57.4%)が40才未満(42.6%)より多かったと発表している。しかし、同時期の日本を訪れた韓国人観光客は40才未満(54.7%)が40才以上(45.3%)より多かった。

4.2 イルリュの中心、出版市場

出版文化でもっとも地位を占めているのは漫画市場における日本漫画の市場支配力と言える。「ドラゴンボールZ」「スラムダンク」で代表される日本漫画は、海賊版などを入れても韓国出版漫画市場の60パーセント¹⁴⁾を占めている。

二〇〇一年の出版統計¹⁵⁾を見ると、全体発刊量の中から外国図書の翻訳出版は総9680種で全体の28.2%を見せている。この中から漫画翻訳図書が発行された分野は漫画が4,267種で全体の翻訳図書の中で44%を占めている。この中の大部分が日本漫画の翻訳作品なのである。

<図3>韓国と日本の小説と漫画市場の比較¹⁶⁾



14) <http://mybox.happy-campus.com/zethn/404889>

15) http://www.kpa21.or.kr/bbs/board.php?bo_table=d_total&wr_id=4&sca=&sfl=wr_subject%7C%7Cwr_content&stx=%C0%CF%BA%BB&sop=and

16) <http://www.chosunonline.com/article/20070328000069>

4.3 ハンリュと嫌韓流、イルリュと嫌日流

「韓国でのイルリュは日本大衆文化開放の結果なのだろうか」と言われると今までの調べでは必ずしもそうであるとは言いがたいところが多い。しかし、日本ポピュラー文化が韓国社会全般に及びその底辺に流れていたことは事実であるが、日本大衆文化開放により木陰から日当たりへの正当性を得ただけは間違いないことである。それにより、日本のポピュラー文化は、少数から多数へと、ヒソヒソ文化からオオヤケな場へ、マイナー文化からポピュラー文化へ、特別から茶飯事のことに韓国文化に混じり出したきっかけとなったと言える。

もう一つ日本大衆文化開放という視点で忘れてはいけない点は、「韓流と嫌韓流・日流と嫌日流」の視点である。

4.3.1 ハンリュ(韓流)と嫌韓流

嫌韓流の原因は歴史的には明治時代に隆盛していた征韓論から起因することが大きいことは誰もが認めていることである。しかし、最近になってもその気運が納まらないのはハンリュに対する反作用的な反感から起因していることも有りうる。言わば韓国と日本がお互いに持っているコンプレックスの表れとも言えるであろう。

日本には嫌韓流を造成する各種のメディアが存在しているが、その代表的なものとしては雑誌類では『諸君』『正論』『VOICE』『Will』『SAPIO(サピオ)』『FLASH(フラッシュ)』などを挙げられるであろう。

『諸君』17)は、一九六九年株式会社文芸春秋の池島信平が、論壇が左翼一辺倒であると認識し、看板雑誌である『文芸春秋』では扱いにくい「日本人として恥ずかしくない」保守的記事を扱える雑誌を作ろうと思って、三島由紀夫らを中心に結成された保守系団体である「日本文化会議」の依頼を引き受けその機関誌として創刊する予定であったものを社内の反発を意識し現状の形に落ち着いたと言われている。

『正論』は、日本が戦後の荒廃から立ち上がり高度経済成長へと変貌を遂げていく中で、対外的には冷戦とイデオロギーの対立、国内的には学園紛争や進歩的文化人という左派勢力全盛と言った時代が到来するようになった。一九六八年産経新聞社の社長になった鹿内信隆が「敢然と守ろう『自由』左翼の商業主義を警戒せよ」といい一九七〇年に同紙紙上に「正論」欄をもうけた。その後、一九七三年産経出版(現・扶桑社)から『雑誌・正論』を創刊するに至った。また、テレビなどのパネルとして嫌韓派を起用して嫌韓感情を刺激したり、小学館の『逆説の日本史』(1996)、山野車輪『嫌韓流(漫画)』等の出版物、小泉首相、石原新太郎等の刺激的発言などで嫌

17) 文芸春秋が発行している月刊オピニオン雑誌

<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E8%AB%B8%E5%90%9B>

韓感情はなおさら韓国と日本両国を引きずり込んでいると言える。

4.3.2 イルリュ(日流)と嫌日流

嫌日流の原因は日本においての嫌韓流とその脈を一緒にしている。すなわち、歴史的に続いた倭賊の長年の略奪行為や壬辰倭乱(文禄慶長の役)、日帝時代の植民地支配という韓国民の脳裏に深く焼き付いている暗い歴史の残像などが日本コンプレックスとして底辺に流れ続けている。そのため、韓国では日本の行動や現象に常に傷付き、傷付け続けてきた訳である。日本の政治家の発言にはことごとく対応したり(小泉首相の靖国神社訪問に対する日本大衆文化開放暫定的中止等)、日本で出版された『嫌韓流』に対し、韓国で出版された『嫌日流』を見ても、韓国民の底辺に隠れている動きをかいま伺えることではあるまいか。

この場で両国で一番と足りないものはやはりお互いを信頼し合うという「信頼感」ではなかろうか。

<表 8 >ハンリュとイルリュ

韓流 in Japan	日流 in Korea
中年層中心の広がり	若年層中心の広がり
有名芸能人中心	人物よりファッションなど文化全般
映画やドラマ中心	映画とTV用アニメーション、漫画
マニア中心の広がり	若年層による小説、ゲーム等社会全般に至る広がり
オフライン(off-line)中心の限界性(広がり遅い)	同好会を中心とするオンライン(on-line)中心(広がり早い)
歴史の浅い	底辺に流れていたもの
コンテンツの貧弱さ	コンテンツの豊富さ

5 結びと課題

20数年前、日本は日本大衆文化開放における試験台として香港をたいた。当時の日本の大衆文化はブレイクの効かない暴走列車のように、津波のように香港へ駆け込んだ。しかし、自制力なく押し寄せた日本大衆文化は中国人に反感をも呼び起こすことになり座絶し、ようやく足並みを揃え、スピードを調節する知

恵が発揮されるようになった。

一九九八年、かなくなまでに閉ざされていた韓国に日本大衆文化開放という歴史的な事件が起こり、日本大衆文化が韓国に上陸することになり、多くの人たちが憂いの視線で見つめてきた。しかし、香港で失敗を経験した日本は韓国では最初から政府の方で歯止めをかけ、スピード調節をとる戦略をとったせいで韓国人の受けたショックは驚くほどではないほど静かに動き出した。

日本におけるハンリュ(韓流)はまるで 20 年前の香港に対する日本文化進出と似ているのではなかろうか。今の韓国におけるイルリュ(日流)はまるで小雨のようでゆっくりと動いている。外側だけを見ては何の社会的変化も感じ取れないのだが、ゆっくりとシミジミに馴染んでくる小雨のような戦略で動いているとも言える。

韓国と日本は信頼性を戻し、ともに競争による発展と、ともに偏見を弱めるよう力を入れる必要がある。

【参考文献】

- 韓国文化政策開発院(2001) 「日本大衆文化開放の影響分析」 韓国文化政策開発院
放送委員会討論資料(2003) 「日本放送 2 次開放政策樹立のための討論会」
沢田ゆかり(200?) 「東アジアの漫画事情 ―グローバル化の浸透と拡散」
石井健一(2003) 「東アジアにおける日本大衆文化の浸透とその原因」
KOTRA(2006) 「主要国韓流と文化産業市場動向 ―韓流、流行から産業へと」
韓国映画振興協会(2007) 「韓国映画年鑑」 韓国映画振興協会
キムヨンドク(2005) 「日本放送開放と対応戦略」 韓国放送映像産業振興院
大韓商工会議所(2006) 「経済的観点から見た韓流の虚と実」 研究報告書

要 旨

本稿は、一九九八年から二〇〇四年にかけて行われた日本大衆文化開放(日本ポピュラー文化開放)に対する歴史的背景と歩みをたどり、日本に流れているハンリュ(韓流)の実体と現状、韓国に流れているイルリュ(日流)の実体と現状を調べることで、日本大衆文化開放がもたらした韓国文化社会への影響や状況を分析し韓国におけるイルリュという現状を明らかにすることを目標とした。

現在、日本におけるハンリュは様々な面から韓国や韓国人に対する肯定的変化をもたらしたことに對して一部分ポジティブな分析もあるが、いまだに日本に広まっている嫌韓、嫌韓流に対する反感も少なくはない。

また、韓国においてのイルリュという言葉もそれほど巷の誰もが分かるようなポピュラーな言葉として使われているわけではない。ある程度若年層やマニア中心の広がりを持っているイルリュが韓国文化全般にいかなる影響をおよぼし、これからの韓日交流にポジティブに、あるいはネガティブに動くかいまだに確実ではない。しかし、本研究を通して一九九八年日本大衆文化開放時の当初の目標であったように、韓国と日本がより良い関係を持って持続的にともに発展するための良きパートナーシップを強化しないといけないことは確かである。

キーワード：日本大衆文化開放、ポピュラー文化、ハンリュ(韓流)、イルリュ(日流)

住 所：충남 아산시 탕정면 갈산리 100 선문대학교

電 話：041-530-2422, 011-9823-4132

e-mail：yjan@sunmoon.ac.kr