

제 167 회 일본전문가 초청세미나

주제: 일본에서 있어서의 한류의 붐: 과거와 현재 그리고 미래

강연자: 요시무라 다케시 (吉村 毅) : 컬처컨비니언스클럽 주식회사 집행위원 겸 디지털홀리우드대학 대학원 교수

일본 컬처컨비니언스클럽 주식회사 집행위원 겸 디지털홀리우드 대학에서 대학원 교수로 재직 중인 요시무라 다케시 교수의 특별세미나가 3월 18일 국제대학원 GL룸에서 열렸다. 본 세미나는 ‘일본에 있어서의 한류의 붐: 과거와 현재 그리고 미래’라는 주제의 강연과 질의응답으로 2시간동안 진행되었다.

요시무라 다케시 교수는 한국에서 산 적이 없지만 1999년 업무차 한국에 방문한 계기로 한국에 관심을 갖게 되었고 한국어를 공부하며 한국과 관련 된 일을 시작하게 되었다고 운을 떼며, 일본에서 한류를 위해 한 노력과 일본에서의 현 한류에 대한 설명을 통해 강연을 진행할 것이라고 설명하였다.

먼저 일본에서의 한류사는 제1차 한류붐은 드라마 ‘겨울연가’를 통해, 그리고 제2차 한류붐은 드라마 ‘미남이시네요’을 계기로 들어섰다. 2004년 전에는 한류붐이라는 것이 없었는데, ‘겨울연가’에 의해 일본에서 한류가 시작되면서 ‘천국의 계단’, ‘울인’ 등 다양한 드라마로 인해 일본 내에서 한국 드라마에 대한 팬층이 생겨났는데, 이 당시의 한국 드라마에 관심을 가졌던 연령대는 주로 중년 아줌마였다. 그 후, 2006년 ‘내 이름은 김삼순’이 방영되기 전까지는 주로 여성팬들이 한류의 팬층을 이루어냈지만, 2008년 ‘주몽’ 이후, 한국 드라마에 관심을 갖는 남성팬들도 생겼다. 다만, 젊은층의 경우 2010년 ‘미남이시네요’와 ‘성균관스캔들’ 이후 한국 드라마에 관심을 가지게 되었다. 그리고 이 젊은팬들의 경우, 나중에 K-POP에도 관심을 가지게 되는 현상이 일어났다.

요시무라 다케시 교수는 어떠한 방법으로 20대와 30대가 한류 팬이 될 수 있었는지에 대해서 분석을 하였다. 이 분석은 주로 ‘미남이시네요’를 중심으로 이루어졌다. 이 분석은 1. 어떤 드라마인지, 2. 플러스 요소, 3. 마이너스 요소 등 3가지 요소로 이루어져 분석할 수 있다. 1번의 경우, ‘미남이시네요’의 드라마 내용을 이야기 하는 것인데 이 드라마의 경우 실종된 오빠를 대신해 남장을 하고 아이돌 밴드에 합류하면서 생기는 한 소녀에 대한 흥미로운 내용이 담겨져 있다. 이 드라마의 플러스 요소(2번)는 우정과 사랑이 첨가된 드라마이며, 마이너스요소(3번)는 남자주인공을 맡은 배우 장근석이 당시에 일본에서의 인기가 없었다는 것이다. 이러한 점을 인지하여 일본에서는 ‘미남이시네요’를 홍보하기 위한 선전포인트와 컨셉을 잡았다. 그 중 하나가 배우 장근석을 스타로 만들어 내는 일인데, 2004년 ‘겨울연가’의 남자주인공을 맡은 배우 배용준의 경우 ‘윤사마’로 불리었지만, 장근석의 경우 ‘근짱’이라는 애칭으로 일본 내에서 선전되기 시작했다. 또한, 한류잡지뿐만 아니라 일본 내 국내 잡지에도 선전을 해 한류에 관심이 없는 사람들도 한류에 대해 관심을 가질 수 있게끔 만들었다. 그리고 이 당시에 ‘코어&라이트 유저 어필 전략’을 사용하기도 했는데, 잡지와 꽃미남 라이브의 개최를 통해 장근석을 홍보하고 그 후 여름방학에 드라마를 상영함으로써 집에서 쉬고있는 학생들을 공략하기도 했다. 드라마 상영 후 2011년 5월에는 드라마를 편집하는 것으로 영화를 만들어 극장에서 상영할 수 있는 극장판을 선보이기도 하였다. 이러한 전략을 통해 ‘미남이시네요’는 재재방송도 하게 되는 대성공이라는 결과를 낳았으며 장근석도 일본 내에서 한류 대스타가 되었다. 심지어 일본 ‘즈타야’에서도 한류드라마에 대한 홍보를 대대적으로 행하고 있는데, 그 방법으로는 츠타야에서만 빌릴 수 있는 자체상품을 개발 및 수입을 하는 것 뿐만 아니라, 직접 티비CM을 만들어서 제작하여 홍보를 함으로서 한류드라마를 선전하는 방식을 해오고 있다.

2012년 이후의 한류는 한국 영화를 통해서도 그 인기를 맛 볼 수 있다. 사실 10년 전에도 한국 영화 ‘엽기적인 그녀’를 통해 한류에 대한 관심이 있었지만 이러한 관심이 한국드라마로 이어지지는 않았다. 하지만 2012년 이후로는 한국 드라마를 시청한 후 시청자 본인이 좋아하는 한국 배우가 나오는 영화를 보는 방식으로 흘러가고 있다. 그러나 여기서 문제점은 일본 영화사에서 한국영화 중 자극적이거나 선정적인 영화를 수입하는 경우도 있기 때문에, 실제로 ‘겨울연가’를 보고 배용준 팬들이 영화 ‘스캔들’을 봤다가 크게 놀라는 일도 있었다고 한다. 그럼에도 불구하고 일본 영화사 측은 한국 영화를 많이 수입하고 있기 때문에 현재 일본 내 ‘시네마 콤플렉스’라는 극장에서는 8개의 상영관 중 1개는 무조건 한국영화를 상영한다고 한다.

요시무라 다케시 교수는 일본에 진출하는 한국가수들의 한계점에 대해서도 설명을 하였다. 한국영화와 한국드라마와 달리, 한국가수들의 경우 일본의 연예계 역사가 한국보다 훨씬 길고 질서가 자리잡혀 있기

때문에 새로운 기획사나 한국가수들이 일본 연예계에 진출하기 매우 어려운 상황이라고 한다. 그러기 때문에 일본에서는 신인들이 뜨기 어려운 상태이며 이러한 상황에 예민하다고 한다.

츠타야에서는 일본에서 '한국드라마를 보는 시간에 대한 증가 및 감소'에 대한 설문조사를 행하였다. 한국 드라마를 보는 시간이 늘었다에 답한 사람은 24%, 반면 시청 시간이 감소한 사람은 34%인데, 이 것에 대해서는 1. 매력적인 작품이 줄었다 (36.3%), 2. 볼 시간이 없어졌다 (32%), 3. 질렸다 (23%), 4. 티비 방송이 줄었다 (24%), 5. 정치적 이슈 (14%) 등 몇 가지의 이유가 있다. 먼저 1번의 경우 일본에서 인기를 얻은 한국 드라마의 장르는 거의 로맨틱코메디이지만, 최근 한국에서 방송되고 있는 드라마의 장르는 형사물과 수사물 그리고 소위 말하는 막장드라마형식의 드라마이다. 특히, 형사물의 경우 주로 남성들에게 인기가 많은 장르인데 남성들이 드라마를 볼 시간이 없다는 한계점이 있다. 2번의 경우는 콘텐츠 업계의 문제가 원인이 되었으며, 3번은 한국 드라마의 스토리가 대부분 비슷하다는 점이 원인이 되었다. 반면 4번의 경우는 한국 드라마 보다는 일본 드라마나 예능을 편성하는 것이 시청률이 더 높게 나오는 실정이라는 점이 있다. 마지막 5번은, 한국과 일본 간의 정치적 문제가 일어나서 한국드라마를 보는 사람의 수가 적어진다는 점은 사실은 그 당시에만 일어나는 일이다라는 것을 강조하였다.

요시무라 다케시 교수는 마지막으로 앞으로의 한류의 가능성에 대해서도 설명을 하였다. 일본에서의 한류의 미래는 사실상 현재 고정팬들이 많은 상황인 것뿐만 아니라 다른 나라 드라마에 비해서는 아직 일본에서 자리가 잘 잡혀 있기 때문에 크게 걱정을 할 필요가 없다고 주장하였다.

질의응답

질문: 한국에서 최근에 일본 공중파 방송에서 한국 드라마나 케이팝을 한정되게 하겠다는 결의를 보였다는 소문이 돌고 있는데 어떻게 생각하는가?

답변: 정치 쪽에서 얘기하는 중에 나온 소문인 것 같으나, 사실상 공식적으로 발표될 것 같지는 않다.

질문: 한국에서 겨울연가가 만들어져 일본에서 히트할 때, 한국에서는 마침 로맨틱 코메디라는 장르로 하려는 상황이었었는데 일본을 의식해서 도리어 애매모호한 장르가 나타나는 경우도 있다. 그런데 일본 드라마 '한자와나오키'를 본 사람들을 한국의 추리물을 볼 수 있게 할 수 있나? 그리고 장근석을 뜨게하는 마케팅에서 장근석이 매력적이어서 그런지 아님 '미남이시네요'가 뜰 것 같아서 편성한 것인가?

답변: 1. 사실상 쉬운 일 아니다. 그 이유는 현 한류 프로모션은 로맨틱 코메디 중심이기 때문에 남성들에게도 실제로 홍보를 잘 하지 않는 편이다. 그러나 일본 내 점포에서 '남자의 한류'라는 타이틀로 홍보를 하는 방법으로 해서 한국의 다른 장르를 알리는 방법으로도 할 수 있다. 2. 장근석은 여성에게 어필할 수 있는 배우이다. 그렇기 때문에 장근석의 매력을 이용해 마케팅을 하였다.

질문: 일본에서 한국 가요, 드라마를 인터넷으로 불법으로 유통하는 것 있지 않나?

답변: 일본의 경우 DVD 해적판은 있지만 인터넷으로 불법으로 유통하는 경우는 많지는 않다.

질문: 동아시아에서의 엔터테인먼트 마켓의 가능성. 한류가 일본의 진출 가능성은 한국의 대중문화 시장보다 일본의 시장이 더 좋아서 더 이익을 받을 수 있다고도 생각할 수 있는데, 일본의 문화가 동아시아 시장을 석권하지 않은 것은 일본이 꽤 안정되었다는 점을 생각할 수 있다. 그러나 한류가 들어섰다는 것은 결국 일본 문화가 일본 안에서 죽었다는 것인데, 이것을 위해 일본 내에서 회복시키려고 한 노력. 또는 한 일이 같이 노력 하려고 하는 것이 있는지.

답변: 현재 일본의 젊은 사람들 사이에서 이러한 생각을 하는 사람들이 비교적 많아지고 있다. 그리고 일본 연예계의 경우, 한국에 진출하는 것보다는 대륙으로 진출하자는 생각이 더 많아진다. 중국의 시장은 한국과 일본에 비해 10배정도는 크기 때문에 현재는 중국으로 가는 추세이다. 이렇게 일본 연예계 안에서도 대만 드라마에 출현하는 경향은 있지만 그래도 외국으로의 진출은 한국이 훨씬 우세하다.

질문: 1. 일본에서 이제 VOD시스템이 들어오는데 어떻게 대응하는가? 2. 한류붐이 있다고 해도 그래도 1,2세대 스타에 의존하는 경우가 있는데 왜 한국에서는 그런 스타가 안 나오는가?

답변: 1. 츠타야에서도 VOD사업을 시작하려고 한다. 2. 일본에서도 NEW스타가 없다. 한국 일본뿐만 아니라 세계적으로 고민하는 질문이다. 투자문제가 그 원인이 될 수 있다. 즉, 보통 신인들에게 거대투자를 하는 제작사가 거의 없다. 속편의 경우도 완전한 스타가 필요하다. 신인배우를 넣으면 흥행하기 어렵다라는 문제가 있다.