

일본 오사카(大阪) 관광목적지 이미지

-일본 가요곡·엔카 분석을 중심으로-

The Tourist Destination Image of Osaka, Japan

박 시 사*

(Park, Si-Sa)

목 차

- I. 연구배경
- II. 이론적 고찰
- III. 일본 가요곡 엔카 테마분석
- IV. 결론 및 시사점

I. 연구배경

관광목적지 이미지(tourist destination image)는 관광자의 지각, 행동 그리고 목적지 선택에 영향을 주기 때문에 그 중요성이 널리 인정되고 있다.(Chon, 1991; Echtner and Ritchie, 1991) 관광행동 연구 분야에서 '이미지'는 학자들의 주의를 많이 끌고 있는 주제이며, 관광목적지 이미지는 관광마케터들에게 유용한 방향성과 지침을 제공하고 있다.(Steve Pike, 2002)

일본에 관한 관광학 연구는 주로 일본인 해외관광(Soo Cheong Jang, 2002; Chi Ching Yuen

* 제주대학교 관광경영학과 조교수

& Tak Kee Hui, 2002, Hiroko Nozawa, 1992), 일본인 관광객 수요예측(Rob Law & Norman Au, 1999), 관광자행동(Abraham Pizam & Gang Hoan Jeong, 1996)을 중심으로 수행되었으나, 관광목적지 이미지에 관한 연구는 부족하다.

일본의 연구자들도 자국의 관광목적지 이미지에 대한 연구를 수행했다. 대표적인 학자로 마에다(前田勇)를 들 수 있는데, 일본의 주요 관광목적지인 北海島, 青林, 長野, 福島, 大分 등에 대해서 수도권거주자(首都圏居住者), 킨키지역거주자(近畿圏居住者)를 대상으로 인정미(人情味), 행사성(行事性), 친근감(親近感)에 대해서 설문조사를 하여 각각의 관광목적지의 이미지를 조사하였다.(前田勇/日本經濟新聞社,1987) 그 외 사이토우(齊藤俊則, 1999), 코다(幸田麻里子, 2000) 등이 관광이미지에 관한 연구를 하였으나, 일본 각 지역 또는 도시의 관광목적지 이미지 연구는 제한적이다.

연구방법론 측면에서 보면 대부분의 연구가 목적지를 방문한 관광객(tourists), 전문가(trade or experts)를 대상으로 관광목적지의 문화(culture), 거리(distance), 날씨(weather), 차이(differences), 가치(values) 등에 초점이 맞추어졌다.(Steve Pike, 2002) 연구의 대부분은 설문지(survey)를 배부하여 관광목적지 이미지를 연구하고 있다. 기존의 연구와 달리 본 연구는 내용분석법(contents analysis)을 이용하였다. 내용분석법은 인간의 상징적 기호로 표현된 의사소통물의 내용적 특성을 체계적으로 추리하려는 사회과학의 분석기법이며, 대규모의 자료를 대상으로 수량적 접근을 통해 귀납적 일반화를 시도하는 접근법이다.(김경동·이은숙,1993) 본 연구는 연구방법론(contents analysis), 관광목적지(日本), 그리고 분석대상(演歌) 등에 있어서 기존의 연구와 큰 차별성을 띠고 있다.

본 연구는 일본의 대중문화중의 하나인 일본가요곡·'엔카'(演歌)의 제목(테마)과 가사(歌詞)를 분석하여 일본 관광목적지의 이미지를 도출하려는 시도를 하였다. 분석 결과를 토대로 일본 관광목적지 중의 하나인 오사카 관광목적지 이미지를 도출하는데 목적을 둔다.

Ⅱ. 이론적 고찰

2.1 관광목적지 이미지 연구 및 대상

관광목적지 이미지는 관광객에 의해 형성되는 장소, 상품, 경험에 관한 시각적·정신적 인상

(印象)을 일컬으며, 관광목적지 이미지연구는 관광연구자들이 선호하는 분야 중의 하나이다. 관광목적지 이미지에 관한 연구는 1971년 Hunt부터 시작되었다는 사실에 많은 학자들이 동의하고 있으며(Sternquist Witter, 1985; Reilly, 1990; Driscoll, Lawson & Niven, 1994; Echtner & Ritchie, 1991; Embacher & Buttle, 1989), 이 이후 다양한 방법으로 연구가 수행되었다.

관광목적지(TDI: Tourism Destination Image)는 지난 30년 동안 중요한 연구주제였다. 관광목적지 이미지 연구의 '개념적 틀'(conceptual framework)은 다음과 같이 크게 4 가지로 범주화할 수 있다.

첫째, 관광목적지 개념화 및 영역(conceptualization and dimensions)이다. 관광목적지 이미지에 대한 연구의 초기 단계로 1970년대 Hunt(1971)와 Gunn(1972)로부터 시작되었다. 그 후 Gartner(1989), Echtner & Ritchie(1991), Ashworth & Voogd(1990) 그리고 Baloglu & Brinberg(1997) 등이 연구를 하여, 관광목적지 이미지 개념화 및 영역을 구축하는데 기여했다.

둘째, 관광목적지 이미지 형성과정에 관한 연구이다. 관광목적지 이미지 형성과정에 관한 연구는 정적 이미지(static), 동적 이미지(dynamic) 접근법이다.(Baloglu & McCleary, 1999). 정적 이미지 접근법은 관광목적지 이미지와 관광자행동간의 관계를 연구한 것으로 큰 관심을 끌었다. Chon(1990, 1992)의 연구는 전체로서 관광목적지의 이미지의 중요성을 강조하였기 때문에 특별한 주목을 받았다. 반면 Baloglu & McCleary(1999)의 연구는 동적 이미지 접근법이었으나, 큰 주목을 받지 못했다. 최근의 연구로 기대와 직접적인 경험을 바탕으로 한 관광이미지 형성과정 연구(이인재 · 조광익, 2003)가 있다. 이 연구는 관광이미지, 직접적인 체험, 기대치, 주관적 불일치 등의 변수를 이용하여 연구되었다.

셋째, 관광목적지 이미지평가와 척도이다. 관광목적지 이미지 평가는 주로 실증적 연구(empirical studies)를 통해서 이루어졌다. 관광목적지 이미지 평가에서 가장 많이 이용된 통계 분석법은 주요인분석(principal components analysis)과 요인분석(factor analysis)이며(Ahmed, 1991; Baloglu, 1997; Crompton, 1992; Guthrie & Gale, 1991; Echtner & Laka, 1996), 정성적 방법(non-quantitative method)으로는 개방형 질문(open-ended questions), 초점집단(focus groups), 심층면접(in depth interviews), 전문가 토론(discussions with experts) 그리고 내용분석(contents analysis)¹⁾이다.

넷째, 관광목적지 관리정책이다. 이 연구들은 관광목적지 이미지와 포지셔닝전략간의 관련성(links)에 초점을 맞추고 있다. 관광목적지 광고와 홍보를 위한 연구이며, 많은 연구들이 경영관

1) 관광목적지 이미지 연구에서 내용분석(contents analysis)을 이용한 학자는 1) Stabler(1988), 2) Fesenmaire & Mackay(1996), 3) Crompton(1979), 4) Bramwell & Rawding(1996), 5) King(1994), 6) Baloglu & McCleary(1999) 등이며, 이용된 자료는 촉진 자료(promotional material)이었다.(Martina G. Gallarza, Irene Gil Saura & Haydee Calderon Garcia(2002), p.65 참고)

리 차원에서 이루어지고 있다.

관광목적지 이미지 연구의 연구대상(object variables)은 국가(country), 도시(city), 주(states), 스키리조트(ski resorts) 등이었으며, 설문대상은 주로 현지 주민(residents), 관광객(tourists), 여행업종사자(retailers), 잠재고객(prospective) 등이다. 서구의 연구에서 관광목적지 이미지를 파악하기 위해서 내용분석법이 이용되었으나, 대부분의 경우 각국 관광국(NTO)·협회(trade associations)·관광사업체(tourist business)에서 발행한 홍보자료가 이미지 분석자료로 활용되었다.

2.2 일본가요곡·엔카(日本歌謡曲·演歌)

2.2.1 가요곡·엔카(演歌)

엔카(演+歌=演歌)는 노래로 의견을 표현한다는 의미 즉 계몽적인 내용의 연설(演說)을 가요로 표현한 것이라는 어의(語義)를 지닌다. 초기의 엔카는 가사의 내용과 리듬만을 중시하였으며, 민중 누구나 용이하게 흥얼거릴 수 있는 민중음악이었다. 반정부적인 내용을 담은 엔카²⁾와 사회주의를 찬양하는 엔카가 나와서 정부의 탄압을 받기도 하였다. 이후 엔카는 계몽적 혹은 정치적인 색채가 완전히 사라지고 일본의 토양에 뿌리를 둔 사랑·이별·눈물·비련·애수 등을 주제로 한 엔카에 인기가 집중되었다. 일본 엔카는 남녀간의 사랑이 주요한 테마였기 때문에 '염가'(艶歌)가 하는 사람도 많다.

일본의 가요는 대중들 사이에서 널리 불리는 가곡을 말하며, 악곡의 구성과 리듬, 반주 악기³⁾의 구성 등은 서양 대중음악의 형식을 따르지만, 멜로디는 일본의 전통적인 음감(音感)을 토대로 작곡된다. 가사에는 눈물, 비, 이별 등의 단어가 빈번하게 나오며, 주제는 이별, 체념, 미련, 사랑 등의 감상적인 것이 많다. 사랑을 노래하는 엔카라도 이룰 수 없는 사랑이 대부분이고, 항구, 배, 선착장(부두), 공항 등을 배경으로 하는 감상적인 노래가 많다.(박전열, 1999) 현재 엔카라고 불리고 있으나 그 옛날에는 유행가(流行歌) 또는 가요곡이라고 일컬어져왔다. 엔카의 유래는 랑곡(浪曲) 또는 민요(民謡)로부터 발생했다는 것이 널리 받아들여지고 있다.

-
- 2) 명치시대에는 엔카사(演歌師)라고 하는 사람들이 바이올린을 치면서 정치비판을 하였다고 한다. 오늘날 사회를 비판하는 '랩음악'과 일맥상통하고 있다. 이를 잘 나타내주는 면이 바로 엔카의 '독백'인데 이를 세리후(台詞)라 한다.
- 3) 일본 엔카 연주 시 자주 이용되는 악기는 '샤미센(三味線), 다이코(太鼓), 기타(guitar) 등이다. 그 중에서 일본의 전통 악기인 샤미센은 많은 엔카 연주시 간주곡으로도 쓰인다.

2.2.2 일본가요곡·엔카의 발전단계

일본가요곡·엔카의 시대적 구분은 쉽지 않은 작업이다. 왜냐하면 엔카를 체계적으로 분류한 연구 또는 자료가 미비하기 때문이다. 본 연구에서는 크게 5단계로 나누었는데, 이 시대적 구분은 일본의 역사와 엔카의 발전단계를 기초로 구분하였다.

첫째, 여명기이다. 명치(明治)시대(1868-1912)와 대정시대(1912-1926)를 일본전통가요 엔카의 여명기라 할 수 있다. 초기에는 오늘날과 같은 가요보다는 유럽 및 미국의 민요를 일본가사로 변안하여 부르는 정도였다. 특히 명치 초기에 나온 가요는 대부분 스코트랜드, 아일랜드, 스페인, 독일 등 유럽 국가의 민요에서 비롯되었다. 메이지 중·후기 접어 들면서 군가⁴⁾와 자연현상을 노래한 가요들이 등장하게 되었다. 대정시대부터 오늘날 엔카의 테마를 이루고 있는 노래⁵⁾, 비, 고향, 사랑, 항구 등을 테마로 한 가요들이 출현하게 되었다.(日本のうた 第1集,1998). '엔카의 씨앗'을 뿌린 시대 즉 파종기(播種期)라 부를 수 있다. 이 때 불리웠던 가요의 작사자와 작곡자는 일부만 알려지고 있으나, 가수(歌手)는 거의 알려지지 않고 있다.

둘째, 착근기·발전기이다. 엔카의 씨앗을 뿌린 후 비옥한 토양위에 뿌리를 내리는 시기라 할 수 있다. 초기에는 영화주제가 널리 알려지게 되었고 전기 녹음설비를 이용하기 시작하면서 가정예까지 대중음악이 사회전반에 널리 퍼지기 시작했다.(박전열,1998) 1930년대 이후에는 레코드와 라디오가 가요 보급에 큰 영향을 주기 시작하면서 엔카는 서민들의 생활에 밀착되었기 때문에 꾸준히 인기를 누렸다. 1951년부터 시작된 민간방송과 1953의 TV방송은 엔카의 보급에 큰 원동력(原動力)이 되었다. 또한 카스카하치로(春日八郎), 마나미하루로(三波春夫), 미하시미치야(三橋美智也), 미소라히바리(美空ひばり) 같은 가수들이 출현하게 되어 더욱 발전을 가져왔다. 이 당시부터 엔카의 전형적인 테마인 사랑, 눈물, 이별, 노래, 항구, 술 등을 주제로 한 노래들이 등장하게 되었다.

셋째, 황금기이다. 황금기는 발전기에서 마련된 토대를 바탕으로 양적·질적으로 더욱 성장한 시점이다. 발전기를 대표하는 가수들이 계속 활동을 하면서 새로운 가수들이 등장한 시기이다. 모리신이치(森進一)⁶⁾, 미소라히바리(美空ひばり), 키타지마사부로(北島三郎), 이츠키히로시(五木ひろし), 센마사오(千昌夫), 미카와켄이치(美川憲一), 미야코하루미(都はるみ) 등 일본엔카계를 대

- 4) 대표적인 군가로 '일본육군' 『日本陸軍』, '일본해군' 『日本海軍』, '보병의 노래' 『歩兵の歌』, '군함행진곡' 『軍艦行進曲』, '백호부대' 『百虎隊』, '전우' 『戦友』, '용감한 수병' 『勇敢なる水兵』 등을 들 수 있다. 이 때 나온 가요는 군인의 사기와 애국심을 고취시키고 전우애(戰友愛)를 강조하고 있다.
- 5) 노래를 테마로 한 가요로는 '노래향을 떠나는 노래' 『故郷を離れる歌』, '곤도라의 노래' 『ゴンドラの唄』, '이별의 노래' 『別れの唄』, '해변의 노래' 『浜辺の歌』, '나그네의 노래' 『旅人の歌』, '선상의 노래' 『船頭小唄』 등이 있다. 이 당시 가요 테마의 주류를 이루고 있다.
- 6) 모리신이치(森進一)는 '연상의 여인' 『年上の女』, '항구도시 브루스' 『港町ブルース』, '여자' 『女』, '꽃과 눈물' 『鼻と涙』, '한결같은 사랑' 『戀ひとすじ』, '선착장여자 브루스' 『波止場女のブルース』, '망향' 『望郷』 등 주옥같은 곡을 발표하였다. 1960년대 초를 대표하는 엔카 가수이다.

표하는 가수들이 등장하였다. 현 일본엔카계를 대표하는 남자가수와 여자가수들이 대거 등장한 시기이다. 60년대 초기에 등장한 가수로는 모리신이치, 키타지마사부로를 들 수 있으며 60년대 후반기에 미야코하루미(都はるみ), 미카와켄이치(美川憲一)같은 가수가 나왔다. 70년대 초기에 데뷔한 가수로는 이츠키히로시⁷⁾와 치아키나오미(ちあきなおみ)이다. 1970년대 후반에 나온 대표적 가수로는 이시카와사유리(石川さゆり)이다.

넷째, 변혁기이다. 변혁기에 접어들면서 새로운 스타일의 음악이 나오기 시작했으며, 예전과 달리 가수들이 직접 노래를 만드는 가수들이 등장하였다. 종전의 가수들은 유명 작곡가의 노래를 받아 작곡가로부터 철저한 도제교육(徒弟教育)을 받아 가수가 되었다. 하지만 이때부터 가수가 직접 노래를 작곡하고 작사를 하여 자신의 스타일에 맞는 노래를 부르기 시작하면서 새로운 장르의 엔카가 등장하기 시작하였다. 변혁을 이끈 대표적인 가수로는 이츠와마유미(五輪真弓)와 타니무라신지(谷村新司)이다. 또한 이때부터 한국의 '트롯트'(trot)가 일본에 소개되기 시작하였고⁸⁾, 외국인 가수들이 일본에서 엔카가수로 활약하였다. 한국의 조용필과 이성애가 한국의 트롯트를 일본에 소개했으며, 타이완(臺灣)의 유명가수인 등려군(鄧麗君)이 일본에서 '테레사텐'(テレサテン)이란 예명(藝名)으로 대활약을 했다.

다섯째, 시련기이다. 시련기라 함은 일본 엔카계에 유망 가수가 나오지 않았다거나 기존 가수들의 활약이 미비하다는 의미가 아니라 예전에 비해서 엔카의 비중이 크게 줄어들기 시작함을 말한다. 1990년대에 접어들면서 율동 즉 춤(dance)을 위주로 한 '비디오형가수'들이 등장하기 시작하였다. 또한 미국의 영향을 받아 록음악(rock), 랩음악, '제이팝(Jpop)' 등이 대중음악 소비자의 주류를 이루는 10대-20대층에 널리 퍼지기 시작하면서 영향력이 현저히 줄어들었다. 그럼에도 불구하고 나카야마요코(長山洋子), 사카모토후유미(坂本冬美), 히카와키요시(氷川きよし)같은 유망 가수들이 등장하였다. 다음 표<1>은 앞서 설명한 일본가요곡 엔카의 발전단계를 시대별로 요약한 것이다.

7) 이츠키히로시(五木ひろし)는 현재 일본을 대표하는 남자 가수이며, 1971년 「よこはま たそがれ」가 히트를 한 후 30여년 동안 일본 엔카계를 이끌고 있는 리더가수이다. 1971년 이후 계속 히트곡을 내고 있으며, 대표곡으로는 「細雪」, 「千曲川」, 「居酒屋」, 「長良川艶歌」, 「夜空」, 「ふるさと」, 「傘の中」 등이 있다. 종종 한국의 나훈아와 비교되기도 한다.

8) 이성애부터 시작된 한국 트롯트(TROT)음악·가수의 일본 진출은 조용필, 계은숙, 김연자, 정재은으로 이어지고 있다. 최근에 일본에서 선풍적인 인기를 누리고 있는 BoA는 이들과 다른 장르의 음악으로 진출하였으나, 이들의 활동과 노력이 있었기에 가능할 수 있었다.

<표 1> 일본가요곡·엔카 발전단계

시대/일본연호	년도	발전단계	가수	대표곡		
明治・大正時代	1868-1925	제1기: 여명기 (黎明期)	歌手未詳 (가수미상)	歩兵の歌(1901), 日本陸軍(1904), 花園の戀(1918) 旅人の歌(1923), 出船の港(1925)		
昭和時代	1926-1959	제2기: 착근기/발전기 (着根期/發展期)	藤山 一郎	酒は涙か溜息か(1931), 影を慕いて(1932)		
			東海林太郎	上海の街角 (1938), 土と兵隊(1939)		
			春日八郎	赤いランプの終列車(1952), あん時やどしゃ降り(1957)		
			霧島昇	誰か故郷を想わざる(1940)		
			渡辺はまこ	支那の夜(1938), 愛國の花(1938)		
			伊藤久男	高原の旅愁(1940), 海の進軍(1941)		
			李香蘭	夜霧の馬車(1941), 蘇州の夜(1941)		
			美空ひばり	東京キッド(1950), 港町十三番地(1957)		
			三橋美智也	哀愁列車(1956), リンゴ村から(1956)		
			三波春夫	雪の渡り鳥(1957), おお利根無情(1959)		
	村田英雄	無法松の一生(1958)				
	1960-1979	제3기: 황금기 (黄金期)	烏倉千代子	白い小指の歌(1960)		
			石原裕次郎	銀座の戀の物語(1961), 夕陽の丘(1963)		
			森進一	年上の女(1968), 港町ブルース(1969)		
			北島三朗	かえろかな(1965), 兄弟仁義(1965)		
			細川たかし	心のこり(1975), 浪花節だよ人生は(1976)		
			小林旭	ほっきこう(1961), 昔の名前で出ています(1975)		
			五木ひろし	よこはま たそがれ(1971), 千曲川(1975)		
			都はるみ	涙の連絡船(1965), 北の宿から(1975)		
			美川憲一	さそり座の女(1972), 釧路の夜(1968)		
八代亜紀			おんな港町(1977), 舟歌(1979)			
1980-1988	제4기: 변혁기 (變革期)	千昌夫	北國の春(1977)			
		石川さゆり	津輕海峡冬景色(1976), 能登半島(1977)			
		小林幸子	おもいで酒(1979), とまり木(1979)			
		五輪真弓	戀人よ(1980)			
		谷村新司	すばる(1980)			
		古幾三	雪國(1986), 酒よ(1988)			
		テレサテン	つぐない(1984), 愛人(1985)			
		조용필	想い出迷子(1986),			
		平成時代	1989-현재	제5기: 시련기 (試鍊期)	長山洋子	なみだ酒(1993), 捨てられて(1995)
					坂本冬美	男の情話, 夜櫻お七(1994)
香西かおり	花挽歌(1992)					
門倉有希	鷗(1994), ノラ(1998)					
五代夏子	忍ぶ雨(1990), ひとり 酒(1994)					
계은숙	都會の天使たち(1992)					
김연자	暗夜航路(1990), 人生海峡(1998)					
氷川きよし	星空の秋了(2001)					

(자료: 일본음악(日本のいた 第1集—第7集)/ 일본국영방송 NHK BS2 日本のいた(www.nhk.or.jp/uta) 인터넷자료/www.jpopchart.com.ne.kr(1960년대-2000년 일본음악 가요순위 리스트) 참고, 연구자 분석 재작성)

Ⅲ. 일본가요곡·엔카 테마분석

3.1 분석대상

본 연구는 분석자료 대표성(代表性)을 확보하기 위해서 일본공영방송인 NHK가 방영한 노래를 분석대상으로 선정하였다. 일본가요곡인 엔카(演歌)를 엄선하여 방영하는 NHK BS2(<http://www.nhk.or.jp/uta>) 일본음악(日本のうた) 방송곡목리스트를 내용분석의 대상으로 선정하였다. 1999년 1월(平成 12年 1月)부터 2001년 12월(平成 14年 12月)까지 총 36개월 동안 방영된 자료를 분석범위로 하였다. NHK가 3년간 방영한 곡은 총 1978곡이며, 연도별 분포는 다음 표<2>와 같다.

<표 2> 일본가요곡·엔카 연도별 방영횟수(NHK)

방영년도	방영횟수	대표곡(예)	총 방영횟수
1999년	628회	影を慕いて 北國の春 作國 祝い酒 大阪しぐれ	1978회
2000년	594회	矢切りのわたし 銀座の戀の物語 空港 酒よ	
2001년	756회	哀愁列車 舟歌 ふたりの大阪 東京雨ん中	

3.2 분석방법

본 연구는 일본가요곡인 엔카를 주제별로 분석하기 위해서 내용분석법(contents analysis)을 이용하였다. 내용분석의 표준(criteria)을 주제(theme)와 단어(words)로 설정하여 분석하였다. 주제는 가장 간단한 단문(simple sentence)이며, 일반적으로 주어와 술어로 된 것을 말하며, 본 연구에서는 일본 가요곡 엔카의 노래제목이 이에 해당한다. 단어는 내용분석에 있어서 최소의 단위이며, 본 논문에서는 엔카의 가사에 나오는 노랫말이다. 이러한 방법을 통해서 엔카의 주제별 분석을 시도하였다.

주제별 분석을 후 지역(地方名/都市名)에 해당하는 노래를 선정하였다. 이 중에서 가장 빈도수(frequency)가 높은 지역인 도쿄(東京), 오사카(大阪), 나가사키(長崎), 기타·홋카이도(北·北海

島)를 분석한 후 이중 일본의 공영방송인 NHK가 3년동안 방영한 오사카를 테마로 한 엔카는 총 11곡이었다. 방영된 11곡을 토대로 관광목적지 이미지를 분석하였다.

3.3 분석결과

3.3.1 테마분석

본 연구에서 분석된 엔카는 총 1978곡(회)이었다. 분석결과 테마별 분포는 사랑 284회, 지역 216회, 노래 104회, 술(술집) 90회, 남·여 87회, 인생 79회, 눈·비 62 회로 상대적으로 많은 비율을 차지하고 있다.

꽃 55회, 바다(해협) 42회, 배 42회, 이별 40회, 강 39회, 고향 38회 등 전통적인 엔카의 정서와 부합하는 테마들도 많이 방영되었다. 그 외에 여행, 기차(역), 항구, 이야기, 숙소, 거리, 꿈, 눈물 등도 일본가요곡의 주요한 테마였다.

<표 3> 일본가요곡·엔카 테마별 방영빈도(NHK 日本のうた)

순위	테마	횟수	대표곡(예)
1	사랑	284	① 戀人よ ② なみだ戀 ③ 君戀しい
2	지역	216	① 大阪すずめ ② 東京砂漠 ③ 長崎の女 ④ 北國の春
3	노래	104	① 舟唄 ② ある女の詩 ③ あざみの歌
4	술술집	90	① 酒よ ② 悲しい酒 ③ 居酒屋
5	남·여	87	① さそり座の女 ② 夢おんな ③ 男道
6	인생	79	① 人生劇場 ② 川の流れるように ③ 人生いろいろ
7	눈·비	62	① 細雪 ② 氷雨 ③ 雨がやんだら
8	꽃	55	① アンコ椿は戀の花 ② 花笠道中 ③ この世の花
9	바다·해협	42	① 海峡浪漫 ② 關門海峡 ③ 女の海峡
9	배	42	① 他人船 ② 兄弟船 ③ 涙の連絡船
11	이별	40	① 別れの手紙 ② 別れても好きな人 ③ 別れの一本杉
12	여행	39	① いい日旅立ち ② 風雪流れ旅 ③ 北の旅人
12	강	39	① さだめ川 ② 千曲川 ③ 川
14	고향	38	① 誰か故郷を想わざる ② 赤い夕日の故郷 ③ ふるさと
15	춤	35	① お祭りマンボ ② 星影のワルツ ③ 別れのブルース
16	거리	32	① おんな港町 ② 星府の街 ③ かもめの街
17	항구·부두	30	① 港町十三番地 ② 港の五番町 ③ 木練の波止場

순위	테마	횟수	대표곡(예)
18	기차·기차역	29	① 哀愁列車 ② 赤いランプの終列車 ③ 高原列車は行く
19	이야기	27	① 浪花物語 ② 銀座の戀の物語 ③ 珍島物語
20	꿈	25	① 夢飾り ② 無情の夢 ③ みんな夢の中
21	눈물	24	① すずめの涙 ② 涙のしずく ③ 涙をふいて
22	마음	21	① 心のこり ② 女こころ ③ 女の意地
22	계절	21	① 春なのに ② 冬が来る前に ③ 春おぼろ
24	숙소	19	① さぎんかの宿 ② 悲しみの宿 ③ 湖畔の宿
24	밤	19	① 戀月夜 ② 夜霧よ今夜も有難う ③ お祭りの夜

(일본공영방송 NHK 엔카 프로그램 '일본 노래'(日本のうた) 에서 1999년부터 2001년까지 방영한 가요곡·엔카 1978곡을 분석하여 테마를 분석한 것임)

3.3.2 오사카(大阪) 관광목적지 이미지 분석

NHK가 방영한 1978곡 중에서 지역을 주제로 한 가요곡·엔카는 216곡이었다. 오사카를 테마로 한 노래가 11곡 방영되었다. 다음 <표 4>는 3년간 NHK가 방영한 노래 11곡의 제목과 각 노래별 가사 분석이다.

<표 4> 대표곡 가사 분석(contents analysis)

관광목적지	대표곡	가사 분석(노랫말)	관광목적지 이미지
오사카 (大阪)	大阪しぐれ	ネオン, 雨, 北新地, すずめ	서정적이미지 (romantic & emotional image)
	大阪すずめ	北新地, ふたりづれ, 御堂筋, 人の情け, 皮橋	
	大阪ぐらし	通天閣, 戀の思案, 合縁奇縁, しぐれ, 法善寺	
	雨の御堂筋	雨, 女がひとり, 雨の舗道	
	大阪ろまん	すずめ, 雨, 好きやねん, 人情, 曾根崎, ロマン, 道頓堀	
	道頓堀人情	木練, やさしい街, 浪花, 雨, 人情	locality 이미지 (community cohesion-image)
	ふたりの大阪	新地, ふたりの大阪, 小雨, 御堂筋, 淀屋橋, 思い出, ラスト ダンス	
	大阪のおんな	酒, 情け花, 商賣, 鷗	
	大阪で生まれた女	ディスコ, 女やさしい, 活氣, 電信柱, 青春	
	雨の大阪	北の新地, 雨, 涙, 芝居, 道頓堀, 夫婦	
	大阪かたぎ	かたぎ, 演歌, 台詞, かくれんぼ	

위의 표에서 보는 바와 같이 오사카 정서를 나타내주는 가요곡·엔카는 다양한 이미지를 보여주고 있으나, 빈도수가 높은 것으로는 인정, 사랑, 비, 미련과 인연, 추억, 낭만 등을 들 수 있

다. 이러한 노랫말은 서정적이며 감성적인 이미지로 설명될 수 있다. 또한 오사카를 대표하는 곡(曲)들은 공통적으로 지역의 명소들이 자주 등장한다. 가령, 北新地, 御堂筋, 通天閣, 戎橋, 道頓堀, 曾根崎, 淀屋橋 등이 노랫말로 자주 표현되고 있다. 일본의 다른 관광목적지에도 특정 관광지나 명소들이 등장하나 그 빈도수가 상대적으로 낮았다. 오사카를 대표하는 곡들의 가사에 명소가 많이 등장하는 것을 지역성(locality)을 강하게 띠기 때문이다. 또한 大阪すずめ, 道頓堀人情, 大阪で生まれた女, 大阪かたぎ에는 도쿄(東京)와의 라이벌의식 또는 도쿄와의 승부에서 질 수 없다는 강한 표현이 등장하고 있는데, 이러한 모든 것이 강한 지역성(地域性)을 나타내주는 이미지로 해석될 수 있다.

IV. 결론 및 시사점

본 연구의 목적은 일본가요곡·엔카(戀歌)의 테마를 분석한 후 분석결과를 바탕으로 지역 정서를 대표하는 216곡을 분류하였다. 오사카 이미지를 반영하는 11곡의 노래 가사에 내포된 관광목적지 이미지를 도출하였다. 분석방법으로는 내용분석(contents analysis)법이 이용되었다.

분석결과 일본 가요에 비춰진 오사카는 서정적 이미지(romantic & emotional image)와 localism 이미지(community-cohesion image)가 강하게 나타나고 있다. 오사카를 테마로 한 가요에 사랑(戀の思案), 비(雨、しぐれ), 인정(人の情け、人情), 친절함(やさしい街), 추억(思い出), 눈물(涙), 술(酒), 낭만(ロマン)등이 자주 등장하는데, 이러한 단어(가사)들은 서정적이며 감성적인 이미지로 해석될 수 있다. 일본의 수도인 도쿄(東京)과 대조적인 이미지⁹⁾로 나타내고 있다. 또한 오사카는 지역성을 강하게 보여주고 있는데, 많은 노래에 지역의 명소(名所)나 관광지(観光地)가 빈번하게 등장하고 있다. 이 지역성을 잘 보여주는 노래가사는 北新地、御堂筋、通天閣、法善寺、曾根崎、淀屋橋、戎橋、道頓堀 등이다.

오사카 정서를 반영하는 노래가사에 도쿄와 비교하거나 도쿄와 경쟁을 하는 내용의 등장하는데, 이는 오사카가 정통적으로 도쿄와 '라이벌 의식'이 있는 것으로 해석된다. 도쿄와 경쟁하는 라이벌 의식이 강하게 나타난 노래는 大阪かたぎ、大阪すずめ、道頓堀人情 등이다. 가령 大阪かたぎ에 나온 가사중에 '겉보기만 근사한 동경사람과 승부에서 지면 않되니, 진력(盡力)을 다하

9) 엔카의 주제와 가사에 비춰진 도쿄(東京)의 이미지는 도회적 이미지(urban image)인데, 이를 반영해주는 가사로는 사막(砂漠), 빌딩의 골짜기(ビルの谷間), 취직열차(就職列車), 지하철(地下鐵), 백화점(デパート), 극장(シネマ) 등을 들 수 있다. 일본을 대표하는 오사카와 도쿄는 확연하게 대조적인 이미지로 나타난다.

자'(見掛けだおしの 東京の女にゃ 負けん負けんわ つくしてみせる)가 있으며, 大阪すずめ에 '도쿄 같은 건 별거 아니야'(東京なんて目じゃないわ)가 나온다. 道頓堀人情에 '도쿄에 지면 얼굴이 붉어지는'(負けたらあかん負けたらあかで東京) 등 도쿄와의 강한 라이벌 의식을 표출한 가사들이다.

본 연구는 최초로 노랫말 분석을 통해서 관광목적지 이미지를 도출했다는 면에서 의미를 부여할 수 있고, 내용분석법(contents analysis)을 관광목적지 이미지 도출에 활용했다는 측면에서 가치를 둘 수 있다. 오사카 관광협회(LTO: local tourism organization) 혹은 일본관광협회(NTO: national tourism organization)와 같은 외래관광객(inbound tourist)을 유치하려는 기관에서 관광목적지마케팅을 수행하는데 유용한 자료로 활용할 수 있으며, 해외여행상품을 개발하여 판매하는 국내 여행도매업자(tour wholesaler/tour operator)들이 일본 관광상품을 기획하는데 활용할 가치가 있을 것으로 사료된다.

본 연구는 다음과 같은 한계와 제한점을 보여주고 있다. 첫째, 연구자의 가요곡·엔카 이해도 문제이다. 둘째, 연구자의 주관적 분류와 해석상의 한계점이다. 일본가요곡·엔카의 테마는 다의적(多義的)인 특성을 보여주고 있어서 다양하게 해석될 수 있다. 연구자는 전문가 또는 동호인(同好人)들의 자문과 도움을 받았음에도 불구하고 해석상의 오류나 한계점을 노출한 점은 부인할 수 있다.

이러한 연구의 한계가 있음에도 불구하고 새로운 방법론을 이용하여 관광목적지 이미지를 도출하였고, 일본 노래의 가사를 분석하여 특정 관광목적지의 이미지를 도출한 점에 연구의 의미를 둘 수 있다. 본 연구는 일본의 여러 관광목적지 중에서 오사카 관광목적지만 분석하였으나, 향후 심도 있는 연구를 통해서 도쿄(東京), 요코하마(横浜), 나가사키(長崎) 등과 같은 대도시의 관광목적지를 비교하는 연구의 필요성이 대두되고 있다.

참고문헌

- 김경동·이은숙(1993), 사회과학연구방법, 박영사
 박전열(1999), 일본의 문화와 예술, 한누리미디어
 엄서호(1998), 관광지 이미지 측정에 관한 연구, 관광학연구 21(2):53-65
 이태희(1997), 한국 관광지의 이미지 측정척도의 개발, 관광학연구 20(2):80-95
 조광익(1997), 국립공원방문자의 관광이미지 구성요소, 관광학연구 21(1):231-249

-
- Abraham Pizam & Gang Hoan Jeong, Cross-cultural tourist behavior; Perceptions of Korean tour-guides, *Tourism Management*, 17(4): 277-286
- Chon, K. S(1991), Tourism destination image modification process: Marketing implications, *Tourism Management* 12(1):68-72
- Echtner, C.M., & J. R. B Ritchie(1991), The meaning and measurement of destination image, *The journal of tourism studies* 2(2):2-12
- Goodrich, J.N(1978), The relationship between preferences and perceptions of vacation destinations, *Journal of Travel Research* 17(2):8-13
- Marina G. Gallaraza, Iren Gil Saura & Haydee Calderon Garcia(2002), Destination image, *Annals of Tourism Research* 29(1): 56-78
- Seyhmus Baloglu & Mehmet Manaloglu(2001), Tourism destination images of Turkey, Egypt, Greece, and Italy as perceived by US-based tour operator and travel agents, *Tourism Management* 22(1):1-9
- Soo Cheong Jang & Alastair M. Morrison(2002), Benefit segmentation of Japanese pleasure travelers to the USA and Canada, *Tourism Management* 23(4):367-378
- Steve Pike(2002), Destination image analysis- a review of 142 papers from 1973 to 2000, *Tourism Management* 23:541-549
- 幸田麻里子(2000), 国際交流イメージの変容に関する研究、日本観光學研究會 15: 141-144
- 齊藤俊則(1999), 旅行先イメージと性格特性の關連性に関する研究, 日本観光學研究會 14: 127-135
- 日本の歌 第1集(1998)2、日本の歌 第2集(1998)、日本の歌 第3集(1998)、日本の歌 第4集(1998)、日本の歌 第5集(1998)、日本の歌 第6集(1998)日本の歌 第7集(2001)
- <http://www.nhk.or.jp/uta>
- <http://www.cafe.daum.net/enka>
- <http://www.enka.wo.to>
- <http://itourlove.com/music/enka>
- <http://cafe.daum.net/hibari>