

# 일본 나가사키(長崎)의 관광목적지 이미지

- 일본가요곡 엔카분석을 통하여 -

## The Tourism Destination Image of Nagasaki, Japan

임 화 순\* · 박 시 사\*\*

(Lim, Hwa-Soon) · (Park, Si-Sa)

### 목 차

- I. 서 론
- II. 이론적 고찰
- III. 일본 가요 및 엔카 테마 분석
- IV. 결론 및 시사점

## I. 서 론

1973년부터 2000년까지 발표된 논문의 분석에 의하면(TTRA, 2000)<sup>1)</sup> 142편의 관광목적지와 관련된 논문이 발표되었으며 그 중 북미지역이 58편으로 가장 많았고, 유럽이 45편, 아시아지역이

\* 제주대학교 경상대학 관광개발학과 조교수

\*\* 제주대학교 경상대학 관광경영학과 조교수

1) John Hunt는 Travel and Tourism Research association이 주최한 학회(LA)에서 1973년부터 2000년까지 미국을 비롯한 세계 각국에서 학회지에 발표된 영문 논문을 분석하였다. 142편의 논문이 발표되었고, 이 142편을 분석하였다.

25편, 호주 19편 등이었다.(Steve Pike, 2002) 이를 통하여 북미지역의 관광목적지 이미지 연구가 아시아지역의 관광목적지에 관한 연구보다 상대적으로 많이 연구되었음을 알 수 있다.

관광목적지 이미지(Tourist destination image)는 관광자의 자각, 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 이미지 연구는 관광마케터들에게 유용한 방향성과 지침을 제공하고 있다. (Steve Pike, 2002) 또한 관광목적지 이미지 연구는 관광학 연구에 있어서도 중요한 부분을 차지하고 있다.

아시아지역에서는 중국의 관광목적지 이미지(Yau, O. H. M., & Chan, C. F., 1990; Santos, J., 1998; Gartner, W. C., 1992)에 관한 연구가 이루어졌으며, 외국인 관광자를 대상으로 연구한 인도의 관광 이미지(chaudhary, 2000) 등이 있다. 그러나 일본을 대상으로 한 관광목적지에 대한 연구는 미미하다. 일본에 관한 연구는 주로 일본인 해외관광(Soo Cheong Jang, 2002; Chi Ching Yuen & Tak Kee Hui, 2002, Hiroko Nozawa, 1992), 일본인 관광객 수요예측(Rob Law & Norman Au, 1999), 관광자행동(Abraham Pizam & Gang Hoan Jeong, 1996)을 중심으로 연구가 수행되고 있다.

한편, 일본의 연구자들도 자국의 관광목적지 이미지에 대한 연구를 수행하고 있는데, 대표적인 학자로 마에다(前田勇)를 들 수 있다. 그는 일본의 주요 관광목적지인 홋카이도(北海道), 아오모리(青森), 나가노(長野) 후쿠시마(福島), 오오이타(大分)등에 대해서 수도권과 킨키(近畿)지역 거주자를 대상으로 인정미(人情味), 행사성(行事性), 친근감(親近感)에 대하여 설문조사를 하여 각각의 관광목적지의 이미지를 조사하였다(前田勇/日本經濟新聞社, 1987). 그 외 사이토우(齋藤俊則, 1999), 코우타(幸田麻理子, 2000)등이 관광이미지에 관한 연구를 하였으나, 일본 각 지역 또는 도시의 관광목적지 이미지를 포괄하는 연구는 제한적이라 할 수 있다.

한국에서도 관광목적지 이미지에 관한 연구가 다양하게 수행되었다. 관광지 이미지 측정 및 척도개발에 관한 연구(이태희, 1997; 엄서호, 1998; 이장주·박석희, 1999; 박석희·고동우, 2000), 관광이미지 구성요소(조광익, 1997), 관광이미지 형성과정(이인재·조광익, 2003) 등을 들 수 있다. 그러나 이 논문들도 일본의 관광목적지에 관한 연구는 미비하거나 다루고 있지 않다. 대부분의 연구가 목적지를 방문한 관광자, 전문가(trade or experts)를 대상으로 관광목적지의 문화, 거리(distance), 날씨, 차이(difference), 가치 등에 초점을 맞추고 있으며, 설문지를 통한 분석기법을 사용하고 있다. 본 연구는 기존의 연구방법을 탈피하여 일본가요의 장르인 엔카의 테마와 가사내용을 분석하여 관광목적지 이미지를 도출하였다. 특히 분석결과를 토대로 일본의 주요 관광목적지의 하나인 나가사키(長崎)의 관광목적지 이미지를 구체적으로 규명하고자 하였다.

## 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 일컫으며, 관광목적지 이미지 연구는 관광연구자들이 선호하는 분야 중의 하나이다. 관광목적지 이미지에 관한 연구는 1971년 Hunt부터 시작되었다는 사실에는 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. 관광목적지는 지난 30여년 동안 중요한 연구주제였다. 관광목적지 이미지 연구의 '개념적 틀(Conceptual Framework)'은 다음과 같이 크게 4가지로 범주화 할 수 있다.

첫째, 관광목적지 개념화 및 영역(Conceptualization and dimensions)이다. 관광목적지 이미지에 대한 연구의 초기 단계로 1970년대 Hunt(1971)와 Gunn(1972)으로부터 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 형성에 관한 연구이다. 관광목적지 이미지 형성에 관한 연구는 정적 이미지(Static), 동적 이미지(Dynamic) 접근법이다.(Baloglu & McCleary, 1999) 정적이미지 접근법은 관광목적지 이미지와 관광자 행동간의 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 이미지 평가와 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)<sup>2)</sup>이다.

넷째, 관광목적지 관리정책이다. 이 연구들은 관광목적지 이미지와 포지셔닝 전략간의 관련성(links)에 초점을 맞추고 있다. 관광목적지 광고와 홍보를 위한 연구이며 많은 연구들이 경영관리차원에서 이루어지고 있다.

관광목적지 이미지 연구의 주요대상(object variables)은 국가, 도시, 주(states), 스키 리조트 등이었으며, 설문대상은 주로 현지주민, 관광객, 여행업종사자, 잠재고객 등이다. 서구의 연구에서 관광목적지 이미지를 파악하기 위해서 내용분석법이 이용되었으나, 대부분의 경우 각국 관광국(NTO)·협회(trade associations)·관광사업체에서 발행한 홍보자료가 분석자료로 활용되었다.

## 2.2 일본가요곡 엔카(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 뜻을 가지고 있다. 초기의 엔카는 가사의 내용과 리듬만을 중시하였으며, 민중 누구나 용이하게 흥얼거릴 수 있는 민중음악이었다. 반정부적인 내용을 담은 엔카<sup>3)</sup>와 사회주의 찬양하는 엔카가 나와서 정부의 탄압을 받기도 하였다. 이후 엔카는 계몽적 혹은 정치적 색채가 완전히 사라지고 일본의 토양에 뿌리를 둔 사랑·이별·눈물·비련·애수 등을 주제로 한 엔카에 인기가 집중되었다. 일본 엔카는 남녀간의 사랑이 주요 테마였기 때문에 ‘염가(艶歌)’라 칭하는 사람도 많다.

일본의 가요는 대중들 사이에서 널리 불리는 가곡을 말하며, 악곡의 구성과 리듬, 반주악기<sup>4)</sup>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. 사랑은 노래라는 엔카라도 이룰 수 없는 사랑이 대부분이고, 향구,

2) 관광목적지 이미지 연구에서 내용분석을 이용한 학자는 1)Stabler(1988), 2)Fesenmaire & Mackay(1996), 3)Crompton(1979), 4)Bramwell & Rawding(1996), 5)King(1994), 6)Balogu & McCleary(1999) 등이며, 이용된 자료는 촉진자료(promotional material)이었다.(Martina G. Gallarza, Irene Gil Saura & Haydee Calderon Garcia(2002), p65참고)

3) 명치시대에는 엔카사(演歌師)라고 하는 사람들이 바이올린을 켜면서 정치비판을 하었다고 한다. 오늘날 사회를 비판하는 ‘랩음악’과 일맥상통하고 있다. 이를 잘 나타내 주고 있는 부분이 엔카의 독백인데 이를 세리후(セリフ)라고 한다.

4) 일본 엔카 연주 시 자주 이용되는 악기는 샤미센(三味線), 다이코(太鼓), 기타(guitar)등이다. 그 중에서 일본의 전통악기인 샤미센은 많은 엔카의 연주 시 간주곡으로 종종 쓰인다.

배, 선착장(부두), 공항 등을 배경으로 하는 감상적인 노래가 많다.(박전열, 1999) 현재는 엔카라고 불리고 있으나 그 옛날에는 유행가(流行歌) 또는 가요곡이라고 일컬어져왔다. 엔카의 유래는 랑곡(浪曲) 또는 민요로부터 발생했다는 설이 널리 받아들여지고 있다.

## 2.2.2 일본 가요곡 엔카의 발전단계

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

첫째, 여명기이다. 메이지(明治)시대(1868-1912)와 타이쇼우(大正)시대(1912-1926)를 일본전통 가요 엔카의 여명기라 할 수 있다. 초기에는 오늘날과 같은 가요보다는 유럽 및 미국의 민요를 일본가사로 번안하여 부르는 정도였다. 특히 메이지 초기에 나온 가요는 대부분 스코틀랜드, 아일랜드, 스페인, 독일 등 유럽국가의 민요에서 비롯되었다. 메이지 중·후기에 접어들면서 군가<sup>5)</sup>와 자연현상을 노래한 가요들이 등장하게 되었다. 타이쇼우(大正)시대부터 오늘날 엔카의 테마를 이루고 있는 노래<sup>6)</sup>, 비, 고향, 사랑, 항구 등을 테마로 한 가요들이 출현하게 되었다.(日本のうた 제1집, 1998). 따라서 이 시기는‘엔카의 씨앗’을 뿌린 시대 즉 파종기(播種期)라고 부를 수 있다. 이 때 불리어졌던 가요의 작사자와 작곡자는 그 일부만이라도 알려지고 있으나 가수의 경우는 거의 알려지지 않고 있다.

둘째, 착근기·발전기이다. 엔카의 씨앗을 뿌린 후 비옥한 토양 위에 뿌리를 내리는 시기라 할 수 있다. 초기에는 영화 주제가가 주류를 이루면서 알려지게 되었으나 차츰 전기 녹음설비를 이용하는 기술의 발달과 함께 대중음악이 사회전반에 널리 보급되기 시작했다.(박전열, 1998) 1930년대 이후에는 레코드와 라디오가 가요의 보급에 큰 영향을 주기 시작하면서 엔카는 서민들의 생활에 밀착하며 꾸준한 인기를 누렸다. 1951년부터 시작된 민간방송과 1953년의 TV방송은 엔카의 보급에 큰 기폭제가 되었다. 또한 카스가 하치로우(春日八朗), 미나미 하루오(三波春夫), 미하시 미치야(三橋美智也), 미소라 히바리(美空ひばり)와 같은 가수들이 출현하게 되면서 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

5) 대표적인 군가로 ‘일본육군’, ‘일본해군’, ‘보병의 노래’, ‘군함행진곡’, ‘백호부대’, ‘전우’, ‘용감한 수병’ 등을 들 수 있다. 이때 나온 가요는 군인의 사기와 애국심을 고취시키고 전우애를 강조하고 있다.

6) 노래를 테마로 한 가요로는 ‘故郷を離れる歌’, ‘ゴンドラの唄’, ‘別れの唄’, ‘浜辺の歌’, ‘旅人の歌’, ‘船頭子唄’ 등이 있다. 이러한 테마들이 당시 가요의 주류를 이루고 있었다.

시기이다. 발전기를 대표하는 가수들이 계속 활동을 하면서 새로운 가수들이 등장한 시기이다. 모리 신이치(森進一)<sup>7)</sup>, 미소라 히바리(美空ひばり), 기타지마 사부로(北島三郎), 이츠키 히로시(五木ひろし), 센 마사오(千昌夫), 미카와 켄이치(美川憲一), 미야코 하루미(都はるみ) 등 일본 엔카계를 대표하는 가수들이 등장하였다. 60년대 초기에는 모리 신이치(森進一)와 기타지마 사부로(北島三郎)가, 60년대 후반기에는 미야코 하루미(都はるみ)와 미카와 켄이치(美川憲一)가, 70년대 초기에는 이츠키 히로시(五木ひろし)<sup>8)</sup>, 치아키 나옴(千秋なおみ)이 있고 70년대 후반기에는 이사카와 사유리(石川さゆり)가 그 대표적인 엔카 가수들이다.

넷째, 변혁기이다. 이 시기에 접어들면서 새로운 스타일의 음악이 나오기 시작했으며, 예전과 달리 가수들이 직접 노래를 만들어 부르는 가수들이 등장하였다.

종전의 가수들은 유명 작곡가의 노래를 받아 작곡가로부터 철저한 도제교육(徒弟教育)을 받아 가수가 되었다. 반면에 이와 달리 직접 노래를 만드는 가수들은 자신의 스타일에 맞는 노래를 부르기 시작하면서 새로운 장르의 엔카의 등장을 촉진시키는 원동력이 되었다. 이러한 변혁을 이끈 대표적인 가수로는 이츠와 아유미(五輪あゆみ), 타니무라 신지(谷村新司)등이다. 또한 이때부터 한국의 '트롯트(trot)'가 일본에 소개되기 시작하였고<sup>9)</sup>, 외국인 가수들이 일본에서 엔카 가수로 활약하였다. 한국의 조용필과 이성애가 한국의 트롯트를 일본에 소개했으며, 타이완의 유명가수인 등려군(鄧麗君)이 일본에서 '테레사텐(テレサーテン)'이란 예명으로 대활약을 했다.

다섯째, 시련기이다. 시련기라 함은 일본 엔카계에 유망 가수가 배출되지 않았거나 기존 가수들의 활약이 미비하다는 의미가 아니라 예전에 비해서 상대적으로 엔카의 비중(또는 인기가)이 크게 줄어들기 시작함을 말한다. 1990년대에 접어들면서 율동 즉 춤(dance)을 위주로 한 '비디오형' 가수들이 등장하기 시작하였다. 또한 미국의 영향을 받아 록음악(Rock), 랩, 제이팝(J pop)등이 대중음악 시장의 주류를 이루는 10-20대 연령층에 널리 퍼지기 시작하면서 그 영향력이 현저히 줄어들었다. 그럼에도 불구하고 나가야마 요우코(長山洋子), 사카모토 휴유미(坂本冬美), 히카와 키요시(氷川きよし)와 같은 유망가수들이 등장하여 그 명맥을 이어가고 있다. 다음 <표 1>은 앞에서 설명한 일본 가요곡 엔카의 발전단계를 시대별로 요약한 것이다.

7) 모리 신이치(森進一)는 '年上の女', '港町ブルース', '女', '花と涙', '恋ひとすじ', '波止場女のブルース', '望郷' 등 주옥같은 곡을 발표하였다. 1960년대 초를 대표하는 엔카가수이다.

8) 이츠키 히로시(五木ひろし)는 현재 일본을 대표하는 남자가수이며, 1971년 'よこはま たそがれ'가 히트한 후 30여년 동안 일본 엔카계를 이끌고 있는 리더격 가수이다.

9) 이성애부터 시작된 한국의 트롯트(Trot)음악 가수의 일본 진출은 조용필, 계은숙, 김연자, 정재은 등으로 이어지고 있다.

<표 1>일본 전통가요 엔카의 발전단계

시대 (일본연호)	연도	발전단계	가수 명	대표곡
明治·大正시대	1868-1925	제1기 여명기	미상/불분명	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시대	1926-1959	제2기 착근기/발전기	藤山一郎	酒は涙か溜息か, (1931)影の慕いて(1932)
			東海林太郎	上海の街角(1938), 土と兵隊(1939)
			春日八朗	赤いランプの終列車(1952), あん時やどしゃ降り(1957)
			霧島昇	誰か故郷を想わさる(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	鳥倉千代子	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)
			八代亞紀	おんな港町(1977), 舟歌(1979)
			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)
			1980-1988	제4기 변역기
	谷村新司	すばる(1980)		
	吉幾三	雪國(1986), 酒よ(1988)		
	テレサテン	つぐない(1984), 愛人(1985)		
	조용필	思いでの迷子(1986)		
	平成시대	1989-현재	제5기 시련기	長山洋子
坂本冬美				男の情話(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				星空の秋子(2001)

(자료 : 日本之歌, 제1집-제7집/NHK BS2 日本之歌 인터넷자료/www.jpopchart.ne.kr(1960년대-2000년 일본음악 가요순위)참고. 연구자 분석 재작성)

### Ⅲ. 일본 가요곡 엔카 테마 분석

#### 3.1 분석대상

본 연구는 분석자료 대표성을 확보하기 위해서 일본공영방송인 NHK가 방영한 노래를 분석 대상으로 선정하였다. 일본 가요곡 엔카를 엄선하여 방영하는 NHK BS2 일본음악 방송곡목 리스트를 내용분석의 대상으로 선정하였다. 1999년 1월부터 2001년 12월까지 총 36개월동안 방영된 자료를 분석범위로 하였다. NHK가 3년간 방영한 곡은 총 1,978곡이며 연도별 분포는 다음의 <표 2>와 같다.

<표 2> 일본가요곡 엔카 연도별 방영횟수(NHK)

방영연도	방영횟수	대표곡	총 방영횟수
1999년	628회	影の慕いて, 北國の春, 雪國, 祝い酒, 大阪しぐれ	1,978회
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 일본 가요곡인 엔카를 주제별로 분석하기 위해서 내용분석법을 이용하였다. 내용분석의 표준(criteria)을 주제(theme)와 단어(words)로 설정하여 분석하였다. 주제는 가장 간단한 단문이며, 일반적으로 주어와 술어로 된 것을 말하며, 본 연구에서는 일본 가요곡 엔카의 노래 제목이 이에 해당한다. 단어는 내용분석에 있어서 최소의 단위이며, 본 논문에서는 엔카의 가사에 나오는 노랫말이다. 이러한 방법을 통해서 엔카의 주제별 분석을 시도하였다.

주제별 분석을 한 후 지역(지역명/도시명)에 해당하는 노래를 선정하였다. 이 중에서 나가사키와 관련된 노래의 주제, 내용 그리고 노랫말을 구체적으로 분석하여, 그 주제와 노랫말에 내포된 사실적 혹은 상징적 이미지를 도출하고자 하였다. 위의 표에서 보는 바와 같이 일본지역을 주제로 한 엔카는 총 216곡이었으며, 이 중 일본의 공영방송인 NHK가 3년 동안 나가사키를 테마로 한 엔카는 총 11곡(11회)로 나타났다. 이 11곡 중에서 방영빈도 수가 높은 5곡의 가사 내

용을 세부적으로 분석하여 관광목적지 이미지를 도출하였다.

### 3.3 분석결과

#### 3.3.1 테마분석

본 연구에서 분석된 엔카는 총 1,978곡(회)이었다. 분석결과 테마별 분포는 사랑 284회, 지역 216회, 노래 104회, 술(술집) 90회, 남·여 87회, 인생 79회, 눈·비 62회로 높은 비율을 차지하고 있다. 또한 꽃 55회, 바다(해협) 42회, 배(船) 42회, 이별 40회, 강 39회, 고향 38회 등 전통적인 엔카의 정서와 부합하는 테마들도 상당수 방영되었다. 그 외에도 여행, 기차(역), 항구, 이야기, 숙소, 거허, 꿈, 눈물 등도 엔카의 주요한 테마였다. 다음의 <표 3>은 상위 25개 엔카테마의 순위, 빈도수(횟수), 대표곡을 보여주고 있다.

<표 3> 일본 가요곡 엔카 테마별 방영빈도(NHK 日本のうた)

순 위	테 마	횟 수	대 표 곡
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	술(술집)	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(船)	42	①他人船 ②兄弟船 ③涙の連絡船
11	이별	40	①別れの豫感 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さため川 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

순 위	테 마	횟 수	대 표 곡
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星屑の街 ③かもめの街
17	항구(부두)	30	①港町十三番地 ②港の五番地 ③末練の波止場
18	기차(역)	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すすめの涙 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さざんかの宿 ②悲しみの宿 ③湖畔の宿
24	밤(夜)	19	①戀月夜 ②夜霧よ今夜も有難う ③お祭りの夜

(일본공영방송 NHK엔카 프로그램 '日本のうた'에서 1999년~2001년, 1,987곡을 분석)

### 3.3.2 나가사키(長崎)의 관광목적지 이미지 분석

상기의 1,987곡을 분석한 결과, 나가사키를 테마로 한 노래는 11곡으로 나타났다. 그 중에서 가장 방영 빈도수가 높았던 곡으로서는 '나가사키는 오늘도 비가 내렸다(長崎は今日も雨だった)', '나가사키의 종(長崎の鐘)', '나가사키 이야기(長崎物語)', '나가사키 샹송(長崎シャンソン)', '나가사키 여인(長崎の女)'을 선정되어, 그 가사내용에 담긴 의미를 분석하였다. 그 내용을 다음의 <표 4>에 기술하였다.

<표 4> 나가사키의 대표곡 가사분석

대 표 곡	발표년대	분석한 이미지
나가사키는 오늘도 비가 내렸다. (長崎は今日も雨だった。)	1969년	돌계단, 야경, 비
나가사키의 종(長崎の鐘)	1949년	로사리오(ロサリオ), 미사의 소리, 찬송가, 십자가
나가사키 이야기(長崎物語)	1939년	이국인 아버지, 종소리, 모자이크, 금빛 십자가
나가사키 샹송(長崎シャンソン)	1946년	서양 선박, 마리아의 종소리, 네덜란드풍의 집
나가사키 여인(長崎の女)	1963년	외국인 묘지, 네덜란드 언덕, 종소리, 돌계단

위의 <표 4>에서 보는 바와 같이 '나가사키는 오늘도 비가 내렸다.(長崎は今日も雨だった。)'는 '둘레단', '마루야마 야경', '비'등을 통해서 나가사키의 자연풍광의 아름다움을 보여주고 있다. 반면에 '나가사키의 종(長崎の鐘)', '나가사키 이야기(長崎物語)', '나가사키 샹송(長崎シャンソン)', '나가사키 여인(長崎の女)'은 '로사리오', '찬송가', '십자가', '모자이크', '마리아 종소리' 등의 노랫말이 많이 나타나고 있다. 이는 나가사키가 천주교 혹은 기독교와의 관련성이 매우 깊음을 보여주고 있다. 역사적으로도 나가사키는 일본 근대화의 창구역할을 담당했고, 서양문물의 일본 국내 전파의 유일한 통로였다. 또한 '네덜란드풍의 집', '이국인 아버지', '서양선박', '외국인 묘지', '네덜란드 언덕' 등의 가사는 서구인과의 인적교류, 생활적 교류와 깊은 관련성을 함의하고 있다. 즉 엔카에서 비춰진 나가사키(長崎)는 일본에서 가장 서구적이며 이국적인 풍취가 넘치는 관광목적지의 이미지를 보여주고 있음을 알 수 있다.

#### IV. 결론 및 시사점

본 연구는 일본 가요곡 엔카의 테마를 분석한 후 분석결과를 바탕으로 지역정서를 대표하는 216곡을 분류하였다. 특히 나가사키의 정서를 반영하는 곡 11곡 중에서 빈도수가 높은 5곡을 선정하여 노래가사에 내포된 관광목적지 이미지를 도출하였다.

본 연구의 분석결과 나가사키의 관광목적지 이미지는 서구적이며 이국적인 이미지를 보여주고 있음을 확인하였다. 특히 찬송가, 미사, 십자가, 성당의 모자이크, 마리아의 종소리 등의 정서는 나가사키가 천주교와 기독교의 영향을 받은 흔적을 엿보게 하는 부분이다. 이는 전통적으로 불교와 도교 등의 색채가 강한 일본의 타 지역에서는 쉽게 찾아보기 어려운 정서이기도 하다. 역사적으로 나가사키가 일본 최초로 서구인에게 개항(開港)된 도시라는 측면을 고려하면 서구적, 이국적 이미지는 상당히 설득력이 있는 해석이라고 말할 수 있다. 또한 서양선박, 외국인 묘지, 네덜란드 풍의 집, 네덜란드 언덕, 이국인 아버지 등의 정서는 나가사키(長崎)가 서구의 여러 나라 중에서 네덜란드의 영향을 가장 많이 받은 지역임을 알 수 있게 하여 주고 있다. 현재 나가사키에 있는 세계적 주제공원인 하우스텐보스는 방치된 매립지에 새로운 용도부여(주택지, 관광레크리에이션 공간으로)를 하고자하는 시(市)의 노력의 일환으로 개발되어 탄생하였지만 상기에서 언급한 이국적, 서구적 정서의 이미지가 커다란 모티브가 되었음을 알 수 있다. 즉 주제공원 하우스텐보스는 도시 이미지와 관광목적지 이미지가 조화를 이룬 모범적 개발사례라 할

수 있다.

본 연구는 기존에 시도하지 않았던 노래 가사내용의 분석을 통하여 관광목적지 이미지를 도출하였다는 측면에서 그 의미를 부여할 수 있다. 또한 나가사키 관광협회(LTO: local tourism organization) 혹은 일본관광협회(NTO: national tourism organization)와 같은 외래관광객을 유치하려는 기관에서 관광목적지마케팅을 수행하는데 유용한 자료로 활용될 수 있으며, 해외여행 상품을 개발하여 판매하는 여행도매업자(tour wholesaler/tour operator)들이 일본 관광상품을 기획하는데 활용할 가치가 있을 것으로 사료된다.

그러나 본 연구는 다음과 같은 한계점도 보여주고 있다. 첫째, 일본 가요곡인 엔카는 다분히 다의적(多義的)인 특성을 소지하고 있어 경우에 따라서는 다양한 해석이 가능하다. 따라서 본 논문을 집필한 연구자의 주관적 분류와 해석이 완전히 배제되었다고 말하기 힘든 부분이 없지 않아 있다고 사료된다. 다만 본 논문의 연구자는 해당 전문가 또는 식견이 깊은 엔카 동호인의 자문을 수시로 받아 최대한의 객관성을 유지하고자 노력하였다. 둘째로는 엔카를 체계적으로 분류한 연구 또는 자료가 미비하기 때문에 체계적인 분석의 틀 설정에 대한 한계를 들 수 있다. 이 부분에 대해서는 앞으로 보다 많은 자료의 수집과 분석을 병행하여 완성도가 높은 논문으로 거듭날 수 있도록 향후의 과제로 삼고자 한다.

## 참 고 문 헌

- 박석희·고동우(2002), 관광지의 정서적 이미지 척도 개발: 순정서적 이미지와 준정서적 이미지, *관광학 연구* 25(4): 13-32
- 박전열(1999), 일본의 문화와 예술, 한누리미디어
- 엄서호(1998), 관광지 이미지 측정에 관한 연구, *관광학 연구*, 21(2): 53-65
- 이인재·조광익(2003), 관광이미지 형성에 관한 연구-기대와 직접적 경험을 바탕으로 한 이미지 형성과정을 중심으로-, *관광학 연구* 27(1): 45-62
- 이태희(1997), 한국 관광지의 이미지 측정 척도의 개발, *관광학연구* 20(2): 80-95
- 조광익(1997), 국립공원 방문자의 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., 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 & Hydee Calderon Garcia(2002), Destination image, *Annals of Tourism Research* 29(1): 56-78
- Seyhmus Baloglu & Mehemet Manaloglu(2001), Tourism destination image 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
- 幸田麻理子(2000), 國際交流イメージの變容に關する研究, *日本觀光學研究會* 15:141-144
- 齋藤俊則(1999), 旅行先のイメージと性格特性の關連性に關する研究, *日本觀光學研究會* 14:127-135
- 日本のうた 第1集-第6集(1998), 日本のうた 第7集(2001)