

장기 기획(長期 企劃) TV드라마 콘텐츠의 문화경제적 효과 -일본 후지TV의 21년 장기기획 TV드라마 '북쪽 고향에서(北の国から)' 사례 분석-

Cultural and Economic Effects of Long-term TV Drama Contents
-A Case Study on "From the Northern Country," a 21 year lasting TV Drama
of Fuji Television Network Inc., Japan-

윤희일

경향신문 편집국 전국부 기자(부장)

Hee-III Yun(yhill@hanmail.net)

요약

본 연구는 '20년 이상의 장기 기획 TV드라마 콘텐츠가 창출하는 문화, 경제적으로 효과'에 대해 주목하고 있다. 연구결과 장기기획 TV드라마는 방송국의 시청률 제고에 결정적인 도움을 주는 것으로 나타났다. 후지TV의 21년 장기 기획 드라마 '북쪽의 고향에서'를 사례로 선정해 분석한 결과, 21년 동안 방송된 이 드라마의 시청률은 방송초기에 비해 종료기에 배 이상 높아진 것으로 나타났다.

또 연기자와 각본가 등 미디어 콘텐츠 생산인력을 육성, 그 나라의 콘텐츠생산능력 등 문화적 역량을 키우는데 큰 기여를 하는 것으로 분석됐다. 후지TV는 이 드라마를 시작하면서 2명의 남녀 연기자를 발굴, 지속적으로 키워감으로써 일본 연예계에 연기력으로 승부하는 새로운 배우를 배출하는 문화적 성과를 거두었다. 뿐만 아니라 장기 기획 드라마는 드라마가 촬영, 제작된 지역의 관광산업진흥 등 지역경제발전에 도 결정적으로 기여하는 것으로 나타났다. 드라마 '북쪽의 고향에서'는 드라마 제작의 주무대였던 홋카이도의 후라노라는 지역을 21년 동안 일본 국민들에게 알림으로써 후라노의 브랜드파워를 높이는데 결정적인 역할을 한 것으로 분석됐다.

■ 중심어 : | 드라마 콘텐츠 | 내용분석 | 문화적 효과 | 경제적 효과 |

Abstract

This study focuses on the cultural and economic effects created by long-term TV dramas that run more than 20 years. The result of this study shows that long-lasting TV dramas have significant influence in increasing audience ratings of TV broadcasting companies. An analysis of Fuji Television's "From the Northern Country" shows that the drama's audience rating has more than doubled at the end period in comparison to that at the beginning stage. The analysis shows that long-term dramas also greatly contribute to the improvement of nation's cultural capability including contents development competence by producing media contents related professionals such as actors, actresses and dramatists. Fuji Television picked an actor and an actress for the drama and kept developing their talent and make a cultural accomplishment to produce new talents who compete with performance ability for the Japanese Entertainment Business. In addition, long lasting TV dramas appear to significantly contribute to local economy by promoting tourism industry of the areas where dramas are filmed. By introducing Hurano in Hokkaido which was the main stage of "From the Northern Country" to Japanese people for 21 years, the drama played a decisive role in building Hurano's brand power.

■ keyword : | Drama Contents | Contents Analysis | Cultural Effects | Economic Effects |

I. 서론

일본, 중국 등 아시아 국가를 비롯한 전 세계에서 일던 TV 드라마와 영화 등 미디어 콘텐츠의 '한류(韓流)' 열풍이 한풀 주지않은 모습이다. 미국의 할리우드 영화나 일본의 애니메이션처럼 오랜 세월 세계 미디어 콘텐츠 시장을 지배하는 데는 힘이 부친다는 분석이 나오고 있다.

'한류'를 촉발한 TV드라마 콘텐츠인 '겨울연가' 등 상당수 한류 콘텐츠들이 단시안적인 기획과 제작에 의존, 한류의 브랜드 파워를 확실하게 확장해 가지 못하기 때문이라는 지적이 나온다.

한 차례 시장을 지배한 브랜드의 파워를 10년 또는 20년 이상 이어갈 수 있는 장기 기획이 사실상 이루어지지 않으면서 이미 확보한 한류의 시장을 점차 잃어가고 있다는 불안감도 감지되고 있다.

이에 따라 일본 등 상당수 콘텐츠시장에서는 '한류'의 브랜드 파워가 한 풀 주지않은 대신 중국이나 대만의 TV드라마 콘텐츠를 중심으로 '중국류'나 '대만류'가 새로 부상하는 현상까지 나타나고 있다.

학계와 업계에서는 이미 형성된 한류 브랜드의 파워를 지속적으로 유지하고, 이를 발전시켜나갈 수 있는 장기기획이 필요하다는 소리가 높아지고 있다. '겨울연가'와 같은 대형 히트작의 파워를 지속적으로 이어갈 수 있는 10년 또는 20년 이상의 장기기획 시리즈가 필요하다는 것이다.

이러한 논의는 역사성이나 전통을 중시하는 일본 콘텐츠 시장을 공략할 경우 특히 고려해야 하는 요소로 평가받고 있다.

일본의 경우 장기기획 드라마나 영화 등 미디어 콘텐츠를 지속적으로 생산해냄으로써 콘텐츠의 문화, 경제적 부가가치를 높이는 전략을 자주 구사해 좋은 효과를 얻고 있다.

본 연구에서는 일본은 물론 세계 방송사에서도 비슷한 예를 찾아보기 힘든 21년의 장기 기획 콘텐츠인 후지TV의 TV드라마 '북쪽 고향에서(北の國から)'를 집중적으로 분석하고자 한다.

'북쪽 고향에서'는 후지 TV가 1982년 첫 전파를 쏜

이후 21년 동안 방송되면서 일본의 방송업계와 문화계는 물론 관광 및 경제계에까지 엄청난 영향을 끼친 TV 드라마 콘텐츠이다.

'북쪽 고향에서'를 분석 대상으로 삼은 이유는 이 드라마가 일본은 물론 국제방송계에서도 주목할 정도로 엄청나게 많은 문화적, 경제적 부가가치를 창출한 사례로 기록되고 있기 때문이다.

본 연구에서는 장기 기획 드라마 콘텐츠가 창출하는 문화, 경제적 이익을 구체적인 사례분석을 통해 제시하고자 한다.

실무적으로는 단기간의 임기응변식 기획이 주류를 이루고 있는 최근의 국내 방송계에 바람직한 장기 기획 TV드라마 콘텐츠의 생산방식을 제안하고자 하는 뜻도 담겨 있다.

II. 이론적 배경

1. TV드라마 등 미디어 콘텐츠에 대한 최근의 연구경향

1.1 외국 TV 드라마 콘텐츠에 대한 연구

TV 드라마 콘텐츠에 대한 최근의 연구에서는 외국 드라마 콘텐츠의 수용과정이나 외국 드라마 시청동기 및 만족도 등에 대한 연구가 활발하게 이루어지고 있다. 윤선희[1]는 한국의 역사드라마가 일본, 중국 등 아시아 지역 수용자들에게 어떻게 수용되고 있는가에 대한 연구를 수행했다. 그는 한국 드라마를 시청하는 아시아 지역 수용자 중 유사성이 가장 높은 일본과 중국을 대상으로 연구를 지속했다. 임양준[2]은 한국의 대학생들이 미국 TV 드라마를 시청하는 동기와 만족도에 대한 연구결과를 발표했다.

1.2 TV드라마 및 영화 등 미디어 콘텐츠에 대한 내용 분석 연구

양세혁, 김일태[3] 등은 일본이 낳은 세계적인 애니메이션 작가인 미야자키 하야오의 작품 내용을 분석하는 연구결과를 내놨다. 이들은 <바람의 계곡 나오시카>, <천공의 성 라퓨타>, <원령공주>, <센과 치이로의 행

방블명> 등 일본 애니메이션작가 미야자키 하야오의 대표 작품을 대상으로 히로인의 성격을 분석했다.

김병정[4]은 <지구를 지켜라>라는 한국의 영화 콘텐츠를 내러티브라는 관점에서 분석한 연구결과를 발표했다. 유진희[5]는 <내 남자의 여자>라는 특정 드라마를 대상으로 그 작가에 대한 연구를 실시하는 연구를 진행했다. 정영희[6]는 동시대의 개별드라마가 공유하는 특징을 포착하여 TV드라마의 역사성을 파악하는 연구로 주목을 끌었다. 박덕춘[7]은 TV드라마의 시대별 영상제작기법을 MBC의 홈드라마를 중심으로 밝혀내는 연구를 진행했다.

1.3 TV드라마영화 등 영상 콘텐츠의 유통에 관한 연구

서유정, 안성아, 황유정[8] 등은 일본에 수출된 한국 영화 콘텐츠의 특성을 분석하는 연구를 수행했다. 서유정 등은 한국영화 수출량의 50% 이상을 차지하는 일본 시장에 초점을 맞춰 한국영화 콘텐츠의 특성을 분석했다. 이문행[9]은 국내 방송 드라마 콘텐츠의 유통구조와 창구의 특성을 규명하는 연구를 진행했다. 그는 2000년대 이후 방송드라마 유통의 최대 수익처는 해외시장이라는 사실을 밝혀냈다.

유세경, 이경숙[10]은 한국, 중국, 홍콩(대만) 등 3개 나라의 TV드라마 콘텐츠 유통에 미치는 요인을 문화적 접근성이라는 측면에서 비교하는 연구를 수행하였다. 이문행[11]은 최근 들어 미디어 콘텐츠의 영역 이동이 그 어느 때보다 활발하게 진행되고 있음을 보여주는 연구를 진행했다.

1.4 방송콘텐츠와 시청률의 상관관계에 대한 연구

박덕춘[12]은 TV드라마의 시청률과 영상제작기법의 상관관계에 대한 연구결과를 발표했다. 그는 TV드라마의 시청률을 높이기 위해서는 장면의 길이를 짧게 하는 등의 방법이 강구돼야 한다고 제언했다. 김은미, 이준웅, 심미선[13] 등은 TV드라마 콘텐츠의 시청률과 질적 평가에 대한 상관관계를 밝혀내는 연구로 주목을 끌었다.

1.5 TV 드라마 콘텐츠지의 경제적 효과에 대한 연구

이원덕[14]은 TV드라마나 영화가 촬영된 지역의 특화사례 및 발전방향에 대한 연구로 주목을 받았다. 그는 TV드라마나 영화가 지역의 장기적인 활성화 방안의 하나로 떠오를 수 있음을 역설했다. 그는 이 연구에서 산업의 대부분이 수도권이나 대도시에서 집중돼 있는 한국의 경우 TV드라마나 영화의 촬영지를 유치함으로써 지역경제를 활성화시킬 수 있음을 보여줬다.

최인호[15]는 TV 드라마 등의 대중문화 콘텐츠를 활용하여 관광산업을 진흥시킬 수 있는 방안을 스토리텔링이라는 관점에서 제시했다.

1.6 TV드라마 콘텐츠 연구 등에 적용되는 내용분석에 관한 연구 경향

드라마를 포함한 방송 콘텐츠를 분석함에 있어서 단순 통계처리에 의한 양적 분석이 유용한 경우도 있지만 내용분석 등의 질적 분석이 더 유용할 수 있음을 보여주는 연구결과가 많이 나오고 있다.

부정남[16]은 내용분석 연구가 그동안 밝아온 역사적 흐름을 소개한 뒤 질적 분석에 의한 내용분석의 가능성과 유용성을 보여주는 연구결과를 내놨다. 그는 통계처리에 의한 양적 분석은 특정사안에 대한 메시지의 전체적인 관심은 설명해주지만 전달자의 참 의도를 알아내는데 한계가 있다는 점을 지적하고 있다. 김성태[17]는 미디어의 메시지를 분석하는 연구에서 내용분석이 가장 많이 사용된다는 연구결과를 내놨다.

2. 일본 후지TV의 장기 기획 TV드라마 '북쪽 고향에서(北の国から)'

일본의 5개 민방 가운데 하나인 후지TV는 21년에 걸친 장기 기획드라마 '북쪽 고향에서(北の国から)'를 통해 '드라마에 강한 후지TV'라는 이미지를 높였다.

'북쪽 고향에서'는 일본 최북단 홋카이도(北海道)의 후라노(富良野) 지역을 무대로 제작한 TV 드라마이다. 이 드라마는 1981년부터 2002년에 걸쳐 방송되었다. 일본 방송사에서는 물론 세계 방송사에서도 21년에 걸친 장기기획 드라마는 그 유례를 찾아보기 어려운 장기기

획이다.

이 드라마는 일본 방송계에서는 물론 많은 시청자들로부터도 '일본을 대표하는 드라마'로 꼽히고 있다.

이 드라마는 도쿄에서 고향 홋카이도로 귀향해 대자연 속에서 사는 한 가장과 그 가족의 모습을 그린다. 일본의 대표적인 드라마 작가인 구라모토소(倉本聰)가 각본을 담당했다. 홋카이도의 웅대한 자연의 모습이 드라마에 자주 등장해 화제가 됐다. 1981년 연속드라마로 방송된 뒤 2002년까지 8편에 걸친 특별 드라마가 방송되면서 화제에 올랐다.

'북쪽 고향에서'는 '연속드라마'와 '특별드라마' 등 2가지로 나눌 수 있다[18].

연속드라마 '북쪽 고향에서'는 1981년 10월 9일부터 1982년 3월 26일까지 방송된 24편의 주간드라마다. 금요일 오후 10시부터 10시54분까지 방송되었다. 드라마는 대부분 홋카이도 현지촬영을 통해 제작되었다.

'특별드라마'는 연속드라마 '북쪽 고향에서'에 대한 일본 국민들의 관심과 호평을 이어가기 위해 주인공의 성장에 맞추는 장기 대하드라마로 기획되었다. 1983년에 첫 특별드라마가 제작된 이후 1984년, 1987년, 1982년 잇따라 시리즈가 선을 보였다. 이후 1990년대 들어서는 1992년, 1995년, 1998년에 각각 특별드라마가 제작, 방송되었다. 2000년대 들어서는 2002년에 '북쪽 고향에서 2002 유언'이라는 제목의 마지막 시리즈가 방송되었다.

'북쪽의 고향에서 92 집을 떠남'이 방송된 1992년 일본 문화청의 예술제에서 작품상을 수상하는 등 다수의 상을 받으며 일본을 대표하는 드라마 콘텐츠로 자리를 굳혀 갔다.

표 1. '북쪽 고향에서' 의 방송 이력

드라마 제목		방송일
연속 드라마	'북쪽 고향에서' (連続ドラマ 北の国から)	1981.10.9~ 1982.3.26
특별 드라마	북쪽 고향에서 83 겨울 (北の国から '83冬)	1983.3.24
	북쪽 고향에서 84 여름 (北の国から '84夏)	1984.9.27
	북쪽 고향에서 87 첫사랑 (北の国から '87初恋)	1987.3.27
	북쪽 고향에서 89 귀향 (北の国から '89帰郷)	1989.3.31

북쪽 고향에서 92 집 떠남, 전편 (北の国から'92巣立ち,前編)	1992.5.22
북쪽 고향에서 92 집 떠남, 후편 (北の国から'92巣立ち,後編)	1992.5.23
북쪽 고향에서 95 비밀 (北の国から '95秘密)	1995.6.9
북쪽 고향에서 98 시대, 전편 (北の国から '98時代,前編)	1998.7.10
북쪽 고향에서 98 시대, 후편 (北の国から '98時代,後編)	1998.7.11
북쪽 고향에서 2002 유언, 전편 (北の国から 2002遺言,前編)	2002.9.6
북쪽 고향에서 2002 유언, 후편 (北の国から 2002遺言,後編)	2002.9.7

III. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제의 설정

<연구문제1.> 장기 기획드라마 콘텐츠는 시청률 향상에 기여하는 점이 있는가?

<연구문제2.> 장기 기획드라마 콘텐츠는 연기자 및 시나리오 작가 발굴, 육성 등 미디어 콘텐츠 생산능력에 기여하는 점이 있는가?

<연구문제3.> 장기 기획드라마 콘텐츠는 관광산업 진흥 등 지역경제발전에 기여하는 점이 있는가?

2. 연구방법

2.1 자료, 문헌, 인물연구를 통한 내용분석

본 연구는 TV드라마나 영화 콘텐츠에 대한 질적 분석에 유용한 연구방법인 내용분석과 자료·문헌·인물 연구를 주된 연구방법으로 채택하였다. 이는 소설, 시, 수필, 희곡 등 문학작품은 물론 드라마와 영화 등의 콘텐츠를 분석함에 있어서 내용분석 등의 질적 분석과 자료·문헌·인물연구가 더 유용할 수 있음을 보여준 전술의 부정남과 김성태의 연구결과들을 바탕으로 하고 있다.

2.2 분석목적 및 조작적 정의

미디어 콘텐츠의 내용을 분석, 연구하기 위해서는 객관성과 체계성 및 일반성을 요건으로 하는 분류유목이 설정되어야 한다. 차베근은 내용분석에 사용되는 유목

의 분류에 있어서 고려해야할 사항을 제시한 바 있다 [19]. 그는 분석유목의 가장 중요한 요건은 분석유목들이 연구문제나 연구목적에 적절히 반영할 수 있어야 한다고 강조했다. Joseph R. Dominick 와 Millard Pearce 도 TV 프로그램의 내용을 분석하는데 있어서 그러한 내용을 적절하게 기술하는 유목을 찾는 작업은 사회과학자들을 끊임없이 고민하게 하는 문제가 된다고 지적하였다[20].

일본의 TV드라마 콘텐츠를 분석하는 본 연구에서는 장기 기획 드라마 콘텐츠의 문화, 경제적 효과 등에 관해 다음과 같은 분석유목을 설정하고 각 유목에 대한 '조작적 정의(operational definition)'를 내리고자 한다.

본 연구는 방송 콘텐츠의 문화, 경제적 효과를 검토하는 것이다.

본 논문에서 다루고자 하는 '문화적 효과'는 '연구대상이 된 장기 기획 TV 드라마 콘텐츠가 방송문화 분야에 미치는 효과'를 의미한다. 본 연구에서는 '장기 기획 드라마가 드라마의 시청률에 미치는 영향'(연구문제1)과, '배우와 각본 또는 각본가의 발굴, 육성에 미치는 영향'(연구문제2) 등을 통해 그 효과를 살펴보고자 한다.

본 논문에서 다루고자 하는 '경제적 효과'는 연구대상이 된 '장기 기획 TV 드라마 콘텐츠가 경제 분야에 미치는 효과'를 의미한다. 장기 기획 TV 드라마 콘텐츠가 드라마의 제작 무대가 된 지역에 어떤 관광인프라를 형성했으며, 이를 통해 얼마나 많은 관광객을 유치했는가를 분석, 경제에 미치는 영향(연구문제3) 및 그 효과를 살펴보고자 한다.

2.3 내용분석의 절차

본 연구의 목적에 합당한 내용분석을 수행하기 위해 먼저 분석 대상 TV 드라마 콘텐츠를 선정하였다. 구체적인 내용분석의 대상이 된 콘텐츠는 1981년부터 2002년까지 21년 동안 방송된 일본 후지TV의 '북쪽 고향에서' 시리즈이다.

<연구문제1>에 대한 분석을 위해서는 1981년 이 드라마가 방송된 이후부터 2002년 끝날 때까지의 실제 시청률을 일본의 시청률 조사기관인 '비디오리서치(Video Research)'의 자료를 입수, 분석하였다.

1981년부터 1982년까지 방송된 '연속드라마'의 경우는 평균 시청률을 산정하고, 단발 형태로 방송된 이후의 '특별드라마'는 개별 시청률을 구해 비교, 분석하였다.

<연구문제2>에 대한 분석을 위해서는 1981년 첫 방송 때 아역배우로 연기를 시작, 2002년 방송이 끝날 때는 성인배역을 소화한 2명의 배우의 자료·문헌·인물에 대한 연구를 실시하였다.

이를 위해 드라마 '북쪽 고향에서'의 모든 작품을 수록한 DVD를 구입, 모니터했다. 또 2명의 배우에 대한 각종 자료와 문헌을 분석했다. 이런 작업을 바탕으로 두 배우의 연기력은 물론 주요 출연작품을 분석, 정리하였다.

배우의 능력과 가치를 객관적으로 설명하기 어려운 점을 고려해 해당 연기자의 주요수상 경력을 정리, 제시하였다.

또 이 드라마 콘텐츠 전편의 각본을 입수, 분석하였으며, 각본가의 활동상황 등에 대한 자료 및 문헌연구를 실시하였다.

<연구문제3>에 대한 분석을 위해서는 이 드라마가 방송된 것을 계기로 새로 생겨난 관광인프라에 대한 자료 및 문헌을 연구하였다. 또 드라마 방송 당시와 전·후의 후라노 지역 관광객 변화추이를 비교, 분석하는 작업을 진행하였다.

IV. 연구결과

1. <연구문제1>에 대한 연구결과

<연구문제1.>은 '장기 기획드라마 콘텐츠는 시청률 향상에 기여하는 점이 있는가?'였다.

이 연구문제를 살펴보기 위해 1981년 10월 9일 방송이 시작된 이후 2002년 9월 방송이 종료될 때까지의 모든 드라마의 시청률을 분석했다. 시청률 분석은 일본의 TV 프로그램 시청률 조사기관인 비디오 리서치의 자료를 토대로 했다.

분석 결과, 이 드라마는 처음 방송을 시작할 때 다른 방송국의 프로그램들과 치열한 경쟁을 벌이면서 시청

를 면에서 고전을 면치 못했다. 시청률은 한 때 한 자릿수로 떨어지기도 했다. 하지만 후반에 드라마의 박진감이 높아지면서 시청률은 점차 상승하기 시작했다.

1981년 10월 9일부터 1982년 3월 26일까지 방송된 '연속드라마 북쪽 고향에서'의 평균 시청률은 14.8%로 나타났다. 그러나 이런 시청률은 결코 높은 것이 아니었다. 홋카이도라는 대자연 배경으로 한 드라마의 재미와 작품성은 높은 평가를 받았으나 시청률은 기대만큼 높지는 않았다. 그러나 시청률은 점차 상승, 최종 방송일의 시청률은 20%를 돌파했다.

'북쪽 고향에서'의 시청률이 본격적으로 상승하기 시작한 것은 후지TV가 장기 기획으로 특별드라마를 제작, 방송하면서부터다.

연속드라마 종방 이듬해인 1983년 3월 24일 방송된 '북쪽 고향에서 83 겨울'은 26.4%의 시청률을 기록하면서 대박을 예고했다.

공영방송인 NHK 이외에도 5개의 민방이 치열한 경쟁을 하고 있는 일본에서는 드라마가 20% 이상의 시청률을 기록하면 대성공이라는 평가를 받는다.

이후 1980년대의 시청률은 대체로 20%대를 오르내렸지만 1989년 '북쪽 고향에서 89 귀향'이 33.3%의 높은 시청률을 기록하면서 일본 전역에서 '북쪽 고향에서' 붐을 일으켰다.

1990년대에 접어들어서도 시청률은 20~30%대를 꾸준히 유지하면서 장기 기획 드라마의 성공시대를 만들어갔다.

이 드라마는 시간이 가면 갈수록 시청률이 높아진다. 절정은 2000년대 들어 방송된 마지막 회였다. 2002년 9월 6일 방송된 '북쪽 고향에서 2002 유언 전편'은 38.4%의 기록적인 시청률을 유지했다. 이튿날 방송된 '북쪽 고향에서 2002 유언 후편'도 33.6%의 시청률을 기록했다[21].

2002년 '북쪽 고향에서 2002 유언'은 '2002년 월드컵(2002FIFAワールドカップ)'과 '제53회 NHK 홍백노래대결(第53回NHK紅白歌合戦)' 등 특별 프로그램을 제외한 모든 TV프로그램 중 최고의 시청률을 기록했다.

표 2. 드라마 '북쪽 고향에서'의 시청률[22]

드라마 제목	방송일	시청률
연속드라마 '북쪽 고향에서'	1981.10.9 ~ 1982.3.26	14.8(평균) (마지막회 시청률 20%)
북쪽 고향에서 83 겨울	1983.3.24	26.4
북쪽 고향에서 84 여름	1984.9.27	24.3
북쪽 고향에서 87 첫사랑	1987.3.27	20.5
북쪽 고향에서 89 귀향	1989.3.31	33.3
북쪽 고향에서 92 집 떠남(전편)	1992.5.22	32.2
북쪽 고향에서 92 집 떠남(후편)	1992.5.23	31.7
북쪽 고향에서 95 비밀	1995.6.9	30.8
북쪽 고향에서 98 시대(전편)	1998.7.10	25.9
북쪽 고향에서 98 시대(후편)	1998.7.11	24.8
북쪽 고향에서 2002 유언(전편)	2002.9.6	38.4
북쪽 고향에서 2002 유언(후편)	2002.9.7	33.6(순간최고시청률 45.6%)

2002년 9월 7일 방송된 '북쪽 고향에서 2002 유언 후편'은 순간 최고시청률 45.6%를 기록하면서 '북쪽 고향에서' 신드롬을 일으켰다. 사회적으로 드라마의 배경이 된 홋카이도와 후라노에 대한 일본 국민들의 관심이 급격하게 올라갔다.

가장 큰 변화는 후라노를 찾는 관광객의 수가 사상 최고조에 이르면서 후라노는 일본을 대표하는 관광 브랜드로 성장하게 된 것이다. 이에 대해서는 <연구문제 3>에서 다루게 될 것이다.

이상의 분석을 통해 21년에 걸쳐 방송된 '북쪽 고향에서'는 방송이 거듭될수록 시청률이 높아진다는 사실을 살펴보았다.

2. <연구문제2>에 대한 연구결과

<연구문제2.>는 '장기 기획드라마 콘텐츠는 연기자 및 시나리오 작가 발굴, 육성 등 미디어 콘텐츠 생산능력에 기여하는 점이 있는가?'였다.

2.1 연기자의 발굴 및 육성

21년의 장기 기획 시리즈로 방송된 '북쪽 고향에서'는 드라마의 주요 배역을 맡은 연기자들이 첫 회부터 마지막 회까지 변함없이 연기를 펼치면서 방송계는 물론 학계의 지속적인 관심을 끌었다.

특히 아버지와 아들, 딸 등 3명으로 구성된 구로이타고로(黒板五郎) 일가의 핵심 배역 중 아들과 딸 역을 맡은 2명의 연기자는 아역에서부터 성인배역까지 지속적으로 연기하면서 일본을 대표하는 연기자로 성장했다.

아들 구로이타 준(黒板純) 역을 맡은 요시오카히데타카(吉岡秀隆)와 딸 구로이타호타루(黒板螢)를 연기한 나카지마토모코(中嶋朋子)는 배우의 실제 나이와 드라마 속 등장인물의 실제 나이가 거의 일치하면서 하나의 성장드라마 성격을 보여줬다.

후지TV는 이 드라마를 시작할 당시 연기력 등에서 미래가 촉망되는 요시오카히데타카와 나카지마토모코 등 2명의 아역 연기자를 발굴, 지속적으로 키워감으로써 일본 연예계에 연기력으로 승부하는 새로운 배우를 배출하는 ‘문화적 성과’를 거두었다.

-구로이타 준(黒板純) 역의 요시오카히데타카(吉岡秀隆) : 요시오카히데타카는 구로이타고로의 아들인 구로이타준 역을 맡아 21년 동안 변함없는 연기를 펼쳤다. 제1회 때 초등학교 4학년이던 그는 같은 나이의 드라마 속 인물인 구로이타준이 태어나서 자란 도쿄를 떠나 홋카이도의 시골인 후라노로 이사해 그곳 생활에 익숙해져가는 과정을 섬세한 연기로 표현해 냈다. 그는 연약하고 상처를 잘 받는 성격의 구로이타준 역할을 잘 소화하면서 연기과 배우로서의 입지를 굳혔다.

배우 요시오카는 이 드라마를 바탕으로 한 21년 동안의 연기로 일본의 대표적인 개성과 연기자로 완전히 자리를 잡았다.

요시오카는 ‘북쪽 고향에서’의 시나리오작가와 제작진으로부터 연기력을 인정받으면서 이후 다양한 드라마와 영화의 주연 배우로 성장했다. ‘닥터 고토 진료소(Dr.コト-診療所)’ 등 유명 TV드라마의 주인공으로 속속 캐스팅됐으며, 일본을 대표하는 영화감독인 야마다요지(山田洋次) 감독의 ‘남자는 피로워(男はつらいよ)’ 시리즈와 구로자와아키라(黒澤明) 감독의 ‘8월의 광시곡(8月の狂詩曲)’ 등에 출연하면서 연기의 폭을 넓혀갔다.

요시오카는 일본의 대표적인 연기상인 일본아카데미 상에서 6차례에 걸쳐 최우수주연남우상 등의 상을 받

는 등 자신의 입지를 완전히 굳혔다.

표 3. 요시오카히데타카(吉岡秀隆)의 주요 수상경력(23)

연도	상명
1990년	제3회 일간스포츠영화대상 조연남우상
1991년	제14회 일본아카데미상 조연남우상
1995년	제18회 일본아카데미상 우수조연상
1996년	제51회 마이니치영화콩쿨 남우조연상
1997년	제20회 일본아카데미상 최우수조연남우상
2005년	제28회 일본아카데미상 우수 조연남우상
2006년	제29회 일본아카데미상 최우수주연남우상
2008년	제31회 일본아카데미상 최우수주연남우상

-구로이타 호타루(黒板螢) 역의 나카지마토모코(中嶋朋子) : 나카지마토모코는 구로이타고로의 딸이며 구로이타준의 여동생인 구로이타호타루 역을 통해 역시 정상급 여배우로 성장했다. 제1회에서 초등학교 2학년이던 그는 엄마와 아빠의 갈등 속에서 일어나는 미묘한 심리변화를 절절한 연기력으로 표현, 찬사를 받았다.

나카지마 역시 이 드라마에 출연하는 21년 동안 아역은 물론 성숙한 여인 배역을 개성있는 연기로 소화하면서 일본을 대표하는 여배우로 성장했다.

나카지마는 이후 공영방송인 NHK의 ‘아침드라마 연속TV소설(朝ドラ-連続テレビ小説)’과 ‘대하드라마(大河ドラマ)’ 등에 진출, 활동의 폭을 크게 넓혀왔다. 나카지마는 영화 ‘츠구미(つぐみ)’ 등의 영화에도 자주 출연하면서 절정의 연기력을 과시했다. 그는 이런 활동을 바탕으로 오사카국제영화제를 포함한 각종 영화제 등에서 상을 휩쓸었다.

표 4. 나카지마토모코(中嶋朋子)의 주요 수상경력(24)

연도	상명
1990년	에란도루상 신인상
1990년	블루리본상 조연여우상
1991년	제6회 오사카국제영화제 조연여우상
1991년	프라하 국제 드라마콩쿨 그랑프리
1991년	제1회 열본영화프로페셔널 대상 주연여우상
2009년	제44회 기노쿠니아연극상 개인상

이런 사실은 드라마 '북쪽 고향에서'가 아역 배우를 발굴한 뒤 21년의 오랜 세월을 걸쳐 뛰어난 연기력을 갖춘 배우를 키워냈음을 보여주는 것이다.

2.1 각본가 등 드라마 콘텐츠 전문가 양성

드라마 '북쪽 고향에서'는 일본 방송계를 대표하는 각본가를 키워냈음은 물론 방송콘텐츠 생산 분야의 신인들을 발굴, 양성하는 성과를 올렸다.

각본을 쓴 구라모토소는 이 드라마를 계기로 일본을 대표하는 각본가로서 이름을 굳히게 되었다. 그는 제21회 무코다쿠니코상(第21回向田邦子賞) 등의 각종 상을 휩쓸었다.

그는 드라마 '연속드라마 북쪽 고향에서'가 큰 인기를 끈 것을 계기로 모든 각본을 책으로 출판하면서 '각본책'의 붐을 일으켰다. 구라모토소는 드라마를 소설화해서 출판할 것을 제안 받았으나 이를 거절하고 각본을 직접 책으로 냈다. 이 책은 많은 문학상을 수상하면서 40만 부 이상의 판매고를 기록하는 베스트셀러가 됐다. '연속드라마 북쪽 고향에서'의 각본이 책으로 나와 대히트를 한 이후 다른 드라마 작가들도 각본을 책으로 출판하기 시작하는 등 업계에 큰 변화가 일기도 했다. 이후 '특별드라마'의 각본을 엮은 책을 내와 90만부 이상의 판매고를 기록했다. 1993년에는 중학교 2학년용 국어교과서에 드라마 '북쪽 고향에서'의 각본이 실리기도 했다.

이 드라마는 또 방송콘텐츠 생산 분야의 젊은 인력을 대거 발굴하는 계기를 마련했다.

이 드라마를 계기로 1984년 드라마가 촬영, 제작된 후라노에는 '후라노주쿠(富良野塾)'라는 각본가 등 콘텐츠 생산인력 양성 교육기관이 만들어졌다.

여기서는 시나리오 작법은 물론 연기, 조명, 무대 등 미디어콘텐츠의 제작, 생산에 필요한 거의 모든 인재를 키워냈다. 후라노주쿠는 2010년까지 275명의 전문가를 양성, 일본 전역의 미디어 콘텐츠 생산업계에 배출했다.

2010년 4월4일 25기 졸업생을 배출하고 폐교한 후라노주쿠의 전통은 현재 '후라노그룹(富良野GROUP)'이 이어가고 있다. 후라노그룹은 매년 2차례 '후라노연극공장(富良野演劇工場)'이라는 공연장에서 장기공연을

펼치면서 미디어 콘텐츠의 생산력을 키우기 위한 활동을 지속하고 있다.

결국 드라마 '북쪽 고향에서'는 장기 시리즈를 통해 탄탄한 연기력을 갖춘 연기자를 키워내면서 동시에 작품의 뼈대를 튼튼하게 할 수 있는 능력 있는 각본가 등 미디어 콘텐츠 생산인력을 배출하는 데 크게 기여한 것으로 평가된다.

3. <연구문제3>에 대한 연구결과

<연구문제3>은 '장기 기획드라마 콘텐츠는 관광산업 진흥 등 지역경제발전에 기여하는 점이 있는가?'였다.

일본 홋카이도 후라노의 작은 마을을 배경으로 전개되는 드라마 '북쪽 고향에서'는 방송 직후부터 일본 전역에 엄청난 반향을 일으키면서 후라노의 지역경제를 일으키는 지렛대 역할을 했다.

이 드라마는 일본 국민들 사이에서 '후라노관광'의 붐을 일으켰다. 홋카이도 중앙의 이름 없는 시골이 일본 국민들이 꼭 가 보고 싶어 하는 관광지로 변했다.

이 드라마는 우선 후라노 지역 곳곳에 다양한 관광 인프라를 만들어내는 역할을 했다.

그 대표적인 인프라가 바로 '북쪽 고향에서 자료관(北の国から資料館)'이다. 드라마 '북쪽 고향에서'와 관련된 각종 자료를 전시한 이 기념관은 바로 앞의 후라노역(富良野驛)과 함께 '후라노관광의 원점' 역할을 하고 있다. 이 자료관에서는 후라노 일대를 돌아볼 수 있는 순환관광버스가 운행되고 있다.

JR네무로본선(根室本線)에 있는 무인역 누노베역(布部驛) 역시 드라마가 탄생시킨 관광인프라다. 드라마 '북쪽 고향에서' 제1회에서 구로이타고로가 아들 준, 딸 호타루 등을 데리고 이 역에서 내리는 것으로부터 드라마가 시작되면서 유명해졌다. 역 앞에 '북쪽고향에서 여기서 시작하다'라는 간판이 생겨나면서 관광객이 급증하고 있다.

1981년 최초로 드라마를 촬영할 때부터 사용된 '로쿠고의 숲(麓郷の森)'도 유명하다. 1989년까지 구로이타고로가 생활한 3개의 집이 원형 그대로 보존돼 있다. 토산품가게, 찻집, 풍경사진관 등이 있으며 이 일대를 찾

는 관광객들의 필수 관광코스다. ‘북쪽고향에서 95비밀’ 등에서 주인공 구로이타고로가 생활한 ‘고로의 돌집’ (五郎の石の家)과 ‘북쪽고향에서 2002유언’에서 인근의 폐품 등을 주워와 지은 ‘주워온 집(拾ってきた家)’도 최고의 인기를 끄는 관광포스트가 됐다.

이후 드라마 ‘북쪽 고향에서’는 결국 후라노 지역의 경제 활성화를 이끄는 결정적인 역할을 했다.

후라노는 1962년 스키장이 개발되면서 관광지로서의 이름을 외부에 조금씩 알리기 시작했다. 당시부터 스키 관련 대회를 여는 등 관광산업 진흥을 위해 애를 썼지만 1970년대 말까지 후라노를 찾는 관광객의 수는 100만 명 수준을 넘지 못했다.

그러나 1982년 후라노를 배경으로 제작된 드라마 ‘북쪽 고향에서’가 방송되면서 후라노를 찾는 관광객의 수는 1983년 150만 명 수준으로 급증했다.

이후 드라마가 방송된 21년 동안 후라노를 찾는 관광객의 수는 지속적으로 증가했다. 1980년대 후반 관광객 수는 200만 명 수준으로 늘어났으며 드라마 ‘북쪽 고향에서 2002 유언’이 방송된 2002년에는 250만 명에 육박했다. 이후 후라노 지역 관광객 수는 200만명 수준을 꾸준히 유지하면서 드라마 ‘북쪽 고향에서’ 효과를 보고 있다.

거의 모든 장면을 현지에서 촬영한 이 드라마는 아름다운 자연과 지역 고유의 축제 등 후라노에 관한 거의 모든 정보를 일본 전국에 널리 알리는 역할을 했다. ‘북쪽 고향에서’의 방송이 이어지면서 후라노는 홋카이도를 대표하는 관광지가 되었다.

표 5. 후라노시 지역 연평균 관광객 수[25]

연대 또는 연도		연평균 관광객(명)
1960년대		20만~35만
1970년대		40만~100만
1980 년대	1982년 (연속드라마 ‘북쪽 고향에서’ 방송 개시)	120만
	1980~1989년	120만~190만
1990년대		190만~230만
2000 년대	2002년 (‘북쪽 고향에서 2002 유언’ 방송 종료)	249만
	2000년 이후	200만 이상

특히 드라마 ‘북쪽 고향에서’를 통해 후라노의 관광 브랜드가 외국에까지 알려지면서 후라노를 찾는 외국인 관광객도 급격히 늘어났다. ‘북쪽 고향에서 2002 유언’이 방송된 2002년 후라노를 찾은 외국인 관광객의 수는 9000명으로 1년 전에 비해 무려 147%가 늘었다. 결국 드라마 ‘북쪽 고향에서’는 드라마 제작의 주무대였던 홋카이도의 후라노라는 지역을 21년 동안 일본 전역에 알림으로써 지역의 브랜드파워를 높이는데 결정적인 역할을 한 것으로 분석된다. 또 드라마를 통해 ‘북쪽 고향에서 자료관’(北の國から資料館) 등 다양한 관광인프라까지 제공함으로써 일본 국내외의 관광객을 불러모으는 역할을 한 것으로 분석된다.

4. 연구결과에 대한 종합적인 논의

4.1 장기 기획 드라마 콘텐츠와 시청률의 관계에 관한 논의

본 연구에서 20년 이상의 장기기획 드라마인 ‘북쪽 고향에서’는 방송이 횃수를 거듭할수록 시청률이 높아지고 있음을 확인했다. 특히 방송 초기에 비해 방송 후기에 시청률이 급격히 상승하고 있음을 알 수 있다. 이는 ‘장기’라는 시간적 개념의 기획이 시청률의 상승에 기여할 수 있는 가능성을 보여주는 하나의 사례로 기록될 수 있을 것이다.

이런 분석은 오랜 세월 드라마가 방송되면서 프로그램 자체에 대해서는 물론 주요 배역과 스토리에 대한 시청자들의 관심과 충성도(Royalty)가 배가되는 점을 하나의 원인으로 고려해 볼 수 있을 것이다. 특히 주요 연기자들이 21년 동안 자신의 실제 나이와 거의 같은 나이로 출연, 하나의 ‘성장드라마’ 형태를 보이면서 시청자들의 관심을 집중시킨 점을 시청률 상승의 또 다른 요인으로 고려할 수 있을 것이다.

이는 장기 기획에 의한 드라마 콘텐츠의 생산 및 방송 방식이 프로그램의 시청률을 끌어올릴 수 있는 가능성을 보여주는 것으로 해석할 수 있을 것이다.

그러나 방송계에서는 장기기획 드라마의 시청률이 갈수록 하락, 끝내 중영되는 사례도 찾아볼 수 있다.

대표적인 사례로는 한국 MBC의 장수 농촌드라마인 ‘전원일기’이다. ‘전원일기’는 농촌지역 일가족과 그 주

변 사람들의 삶을 다뤘다는 측면에서 '북쪽 고향에서'와 일정 부분 맥을 같이하는 측면이 있는 드라마이다.

이 드라마는 1980년 10월 21일부터 2002년 12월 29일까지 방송되면서 많은 국민들의 사랑을 받았다.

이 드라마는 한 때 시청률이 20%가까이 치솟기도 했지만 1990년대 이후 갈수록 시청률이 떨어졌다. 2000년대에 접어들면서 시청률이 6%대까지 하락하면서 막을 내리게 됐다.

일본 후지TV의 '북쪽 고향에서'는 최고의 시청률 속에서 당초 일정에 따라 막을 내렸지만, 한국 MBC의 '전원일기'는 낮은 시청률과의 고전 끝에 종영을 했다는 데 큰 차이가 있다.

'전원일기'의 사례는 '장기'라는 단순한 시간적 개념의 기획이 드라마의 성공을 담보할 수 있는 것이 아님을 보여준다.

'북쪽 고향에서'의 경우 주인공 일가(아버지, 아들, 딸)의 삶을 대하드라마 형식으로 다루면서 다음 회에 대한 시청자들의 기대와 흥미를 이끌어내는 방식을 취함으로써 장기기획 드라마의 장점을 충분히 살렸다. 그러나 '전원일기'의 경우는 20년 넘는 기간 동안 단막극 형태로 드라마가 제작되면서 긴장감과 박진감이 떨어졌고 장기 드라마의 힘을 발휘하지 못했다.

이런 두 사례는 결국 드라마를 단순히 시간적으로 오랜 기간 이어가는데 머물러서는 장기기획 드라마가 높은 시청률을 올리면서 성공을 이루기는 쉽지 않다는 사실을 보여준다고 할 수 있을 것이다.

-시청률에 따른 광고수입 및 공영방송의 신뢰도 문제
장기기획 드라마 '북쪽 고향에서'는 최근 한국 방송계에서 많은 TV드라마가 시청률이 낮다는 이유만으로 조기 종영되는 사례가 빈발하는 현상과 관련, 의미하는 바가 크다.

방송국에 있어서 광고수입은 회사 존립의 기본 바탕이다. 그리고 광고수입은 사실상 시청률에 의해 좌우된다. 이 것이 광고수입을 재원으로 운영되는 모든 방송이 시청률로부터 자유로울 수 없는 이유다.

시청률이 낮아 수입이 줄어든다는 이유로 프로그램 방송을 중단하거나 폐지하는 사례가 방송계에서는 자

주 나타나고 있는 것도 여기에 이유가 있다.

그러나 이런 행위는 방송프로그램을 실어 나르는 전파가 공공재라는 사실을 간과한 것이다. 이는 방송전파가 특정 방송업자의 이익을 위해 존재하는 것이 아니라, 국민 모두의 이익을 위해 존재하는 것임을 뜻한다. 방송은 다른 그 어떤 것보다도 공익을 앞세워야 한다. 공익을 추구하는 가운데 방송사의 경제적 이익을 따라야 한다는 의미이다.

그런 측면에서 방송국이 단지 시청률이 낮다는 이유로 드라마 등의 프로그램을 갑자기 폐지하거나 단축하는 것은 공익에 반하는 것이라고 할 수 있다.

4.2 장기기획 드라마 콘텐츠의 작가, 연기자 발굴육성과의 관계에 관한 논의

본 연구에서 장기기획 드라마인 '북쪽 고향에서'가 연기자는 물론 시나리오작가, 무대, 음향 전문가 등 콘텐츠생산 인력을 발굴, 육성하는데 기여한 점을 살펴보았다.

어떤 직업에서거나 10년, 20년 이상 일을 지속할 경우 그 분야의 전문가로 성장할 가능성이 높다. 방송계에서 활약하는 연기자, 작가 등도 마찬가지이다.

이런 측면에서 후지TV는 '북쪽 고향에서'라는 장기기획 드라마를 통해 상당수 연기자와 작가에게 10년, 20년 이상 일을 할 수 있는 터전을 마련해주는 역할을 한 것으로 평가할 수 있다.

특히 아들 구로이타준 역을 맡은 요시오카히데타카와 딸 구로이타호타루를 연기한 나카지마토모코는 이 드라마를 통해 일본의 국민배우로 성장하는 계기를 마련했다. 이들 배우는 20년 동안 어린이와 청소년기는 물론 성인 시절의 배역까지 소화하면서 탄탄한 연기력을 가진 배우로 성장할 수 있었다.

한국 방송계에는 '아역배우는 성공하지 못한다.'는 말이 정설처럼 여겨지고 있다. '예쁘고 귀여운 외모'를 바탕으로 아역배우로 데뷔를 했지만 더 이상의 연기 기회를 얻지 못하고 사라져가는 현상을 이르는 말이다.

이는 연기력을 갖춘 아역 배우들이 지속적으로 활동할 수 있는 무대의 중요성을 역설적으로 보여준다고 할 수 있다.

어린이 시기를 거쳐 청소년기와 성인기까지의 연기를 지속적으로 펼칠 수 있게 한 드라마 '북쪽 고향에서'의 경우 연기자들에게 자신의 연기역량을 배가시킬 수 있는 기회로 제공하는 역할을 한 것으로 평가할 수 있을 것이다.

특히 이 드라마를 계기로 1984년 발족한 '후라노주쿠(富良野塾)'가 이후 시나리오작법, 연기, 조명, 무대 등 미디어콘텐츠의 제작, 생산에 필요한 인재 275명을 키워냈음을 주목할 필요가 있다.

이는 장기기획 드라마 제작 시스템이 한 나라의 연기자, 각본가 등 미디어 콘텐츠 생산인력을 키워내는데 기여할 수 있음을 보여주는 사례로 분석될 수 있을 것이다.

4.3 장기기획 드라마의 관광산업 진흥 등 지역경제발전 기여에 관한 논의 : 관과 민의 역할을 중심으로

본 연구에서 장기기획 드라마인 '북쪽 고향에서'가 후라노 지역을 찾는 관광객의 수를 획기적으로 늘렸음을 살펴보았다. 관광객의 수가 방송 전 100만 명 미만에서 방송 후 250만 명 수준으로 급격히 늘어났음을 자료 등을 통해 확인했다.

장기 기획 드라마의 이런 성과는 그러나 100% 드라마 자체의 역량에 의한 것만은 아니다.

드라마를 통해 일어난 '후라노 봄'을 지역경제 활성화에 연결시키려는 지자체와 지역 유관 기관은 물론 해당 지역 주민의 노력이 있었기에 그 성과가 극대화 될 수 있었다. 이는 이른바 '민'과 '관'의 노력이 없이는 드라마의 성과를 지역경제에 직접 이어가기 어렵다는 것을 의미한다.

홋카이도와 후라노 등의 지방자치단체와 공공기관 등은 드라마 '북쪽 고향에서'를 계기로 보다 많은 관광객을 끌어 모으기 위해 다양한 정책을 내놨다.

후지TV가 매회 장기간에 걸친 홋카이도 현지촬영을 통해 이 드라마를 제작하는 과정에서 지역사회의 힘이 합해졌다.

지자체들은 이곳을 찾는 관광객들이 자연 등을 체험하기 위한 체험관광객이 많다는 점을 중시, 체험형 관광업자들을 하나의 네트워크로 묶는 작업을 했다. '후라

노 네이처 클럽'이라는 이름의 이 네트워크는 외지 관광객들이 보다 편안하게 이 지역에서 머물면서 관광을 하도록 하는 인프라를 형성했다.

또 철도회사인 JR홋카이도는 초기부터 드라마 제작에 참가, 철도를 통해 외지 관광객을 끌어들이는 전략을 펼쳤다.

이밖에 후라노 주민들은 2002년 6월부터 외지 관광객들의 편안한 관광을 위해 '관광 가이드 헬프 자원봉사' 활동을 자발적으로 시작했다. 주민들은 특히 외지관광객 중 장애인, 노약자 등을 위한 전문 가이드시스템을 마련해 놓고 국민 누구나 즐길 수 있는 후라노를 만드는데 노력했다.

이런 사례는 드라마와 관련돼 있는 방송국은 물론 지자체, 주민 등 민과 관이 하나의 네트워크를 형성, 지역경제를 위해 힘을 합쳐야만 한다는 사실을 보여주고 있다.

4.4 장기 드라마 기획의 요인 분석 : 일본의 사회, 문화적인 분위기를 중심으로

한국의 방송계에서는 드라마가 초기에 종영되거나 이와 반대로 연장 방송되는 사례를 자주 찾아볼 수 있다. 시청률이 낮으면 당초 50회로 예정된 드라마가 20~30회 만에 막을 내리는 경우가 있는가 하면 그 반대로 더 길어지는 경우가 있다. 그래서 '고무줄 편성'이라는 비판이 나온다.

그러나 한국의 방송계에 비해 오히려 경쟁이 치열한 일본 방송계는 이와 다르다. 전국 네트워크를 갖춘 공중과 민방 5개와 NHK가 경쟁을 하는 일본이지만 드라마를 방송 도중에 종영하는 사례는 거의 없다. 또 도중에 드라마를 연장 방송하는 사례도 거의 없다.

일본 NHK의 경우 일일드라마인 아침드라마는 매년 4~9월, 10~3월까지 6개월씩 방송하는 시스템을 수십 년 동안 그대로 유지하고 있다. 또 대하드라마는 1월부터 12월까지 1년 동안 하나의 프로그램을 방송하는 시스템을 유지하고 있다.

일일드라마와 대하드라마의 경우 시청률에 따라 초기에 막을 내리거나 연장 방송되는 경우가 단 한 차례도 없었다.

이런 현상은 공적인 약속을 무엇보다 소중하게 여기는 일본의 문화와 관련이 있는 것으로 분석된다. 일본 방송계는 한 번 대외에 공표한 드라마의 방송일정은 무슨 일이 있어도 고수하는 것을 불문율로 여기고 있다.

V. 결론

1. 결론

본 연구는 '20년 이상의 장기 기획 TV드라마 콘텐츠가 창출하는 문화, 경제적 효과'를 살펴보는데 초점을 맞추고 있다.

방송국이 얻는 문화적 효과로는 TV드라마의 장기기획이 시청률을 제고하는 하나의 기회가 될 수 있다는 것을 들 수 있다.

후지TV의 21년 장기 기획 드라마 '북쪽의 고향에서'를 사례로 선정해 분석한 결과, 21년 동안 방송된 이 드라마의 시청률은 방송초기에 비해 종료기에 배 이상 높아진 것으로 확인됐다.

또 장기기획 드라마 콘텐츠는 연기와 각본가 등 미디어 콘텐츠 생산인력을 육성, 그 나라의 콘텐츠생산능력 등 문화적 역량을 키우는 데에도 큰 기여를 한 것으로 분석됐다.

뿐만 아니라 장기 기획 드라마는 드라마가 촬영, 제작된 지역의 관광산업진흥 등 지역경제발전에도 결정적으로 기여하는 것으로 나타났다.

이 드라마는 일본 홋카이도 후라노의 작은 마을을 일본 최고의 테마관광지로 만드는데 결정적인 기여를 했다. 이 드라마의 방송을 계기로 일본 국민들 사이에서 '후라노관광 붐'이 일었고, 후라노는 일본 국민들이 꼭 가보고 싶어 하는 관광지로 선정될 정도로 높은 인기를 끌었다.

1970년대 말까지 후라노를 찾는 관광객의 수는 100만 명 수준을 넘지 못했지만 1982년 이 드라마가 방송된 이후 후라노를 찾는 관광객의 수는 150만~250만명 수준으로 급증했다.

이는 드라마 '북쪽 고향에서'가 드라마 제작의 주무대였던 홋카이도의 후라노라는 지역을 21년 동안 일본 전

역에 알림으로써 지역의 브랜드파워를 높이는데 큰 역할을 한 것으로 분석된다.

지방자치단체는 물론 지역사회와 주민들까지 자발적으로 나선 것이 드라마의 효과를 배가시키는데 힘을 보태는 역할을 한 것으로 분석됐다.

일본 후지TV의 장기기획 TV드라마인 '북쪽 고향에서'를 통해 우리나라의 방송계가 얻을 수 있는 교훈은 다음과 같이 정리할 수 있을 것이다.

첫째 일본 후지TV의 장기기획 TV드라마 '북쪽 고향에서'는 '장기'라는 시간적 개념의 기획이 시청률의 상승에 기여할 수 있는 가능성을 보여줬다.

그러나 한국 MBC의 '전원일기'와 같은 드라마는 장기기획에도 불구하고 낮은 시청률 때문에 막을 내리기도 했다. '전원일기'의 사례는 '장기'라는 단순한 시간적 개념의 기획이 드라마의 성공을 담보할 수 있는 것이 아님을 보여준다.

두 사례는 장기기획 드라마가 성공하기 위해서는 시간적 개념의 장기기획 이외에도 드라마로서의 요소와 같은 기획적 요소도 중요하다는 사실을 보여준다고 할 수 있다.

둘째는 장기기획 드라마의 방송 사례를 통해 방송국이 단지 시청률이 낮다는 이유로 드라마 등의 프로그램을 폐지하거나 단축하는 것은 공익에 반하는 것이라는 사실이다. 방송은 공익을 우선시 할 때 신뢰도를 유지해 나갈 수 있을 것이다.

셋째는 장기기획 드라마는 연기는 물론 작가 등 방송제작 스태프는 콘텐츠 생산인력을 키우는 중요한 터전을 제공한다는 사실이다.

넷째는 장기기획 드라마가 지역경제 발전에 기여하기 위해서는 방송국 이외에도 주민과 자치단체 등 민과 관의 협력이 절대적으로 필요하다는 사실을 본 연구를 통해 확인하게 되었다.

2. 시사점

본 연구를 통해 장기적 안목으로 기획된 드라마가 문화, 경제적으로 많은 이득을 가져올 수 있음을 보았다.

본 연구는 방송국의 입장에서 보면 장기기획 콘텐츠

가 해당 프로그램의 시청률을 높이는 하나의 방법이 될 수 있다는 가능성을 보여주고 있다.

또 국가 전체 차원에서는 장기기획 콘텐츠가 문화 및 지역경제의 발전을 이끌 수 있는 계기를 마련할 수 있다는 사실도 알게 되었다.

그동안 우리나라의 방송계에서는 ‘겨울연가’로 촉발된 한류에 편승해 많은 콘텐츠가 생산되고 있지만, 대부분 단기적 시야에서의 ‘한탕기획’에 머무르고 있다. 드라마 콘텐츠의 사회, 문화, 경제적 효과 등을 고려한 장기기획이 부족했음을 의미한다.

이런 측면에서 본 연구는 국내의 방송국들이 특정 지방자치단체 등과 손잡고 지역경제는 물론 국가 전체의 문화콘텐츠 생산능력을 향상시킬 수 있는 장기 기획에 적극적으로 나서야 한다는 사실을 시사한다고 할 수 있겠다.

3. 연구의 한계 및 과제

본 연구는 일본의 장기기획 드라마 콘텐츠에 대한 사례분석을 통해 문화, 경제적 효과를 살펴보는 데 초점을 맞췄다.

그러나 방송을 둘러싼 문화, 사회, 경제적 배경이 다른 일본의 드라마를 통해 장기기획 드라마의 효과를 밝혀낸 뒤 이를 한국에 적용하고 일반화하는 데는 한계가 있을 수밖에 없다.

드라마 시청률의 꾸준한 상승이 ‘장기기획’과 구체적으로 어떤 인과관계를 맺고 있는지에 대해서는 향후의 후속 연구를 통해 밝혀내야 할 것이다.

또 드라마의 장기기획이 연기자의 발굴 및 육성에 구체적으로 어떤 방식으로 영향을 미쳤는지에 대해서도 앞으로의 후속 연구를 통해 규명해야 할 것이다.

참 고 문 헌

[1] 윤선희, “아시아공동체의 문화정체성-한국 역사 드라마의 아시아 수용에 대한 문화연구”, 한국언론학정보, 제46호, pp.37-74, 2009.
 [2] 임양준, “대학생들의 미국 텔레비전 드라마에 대

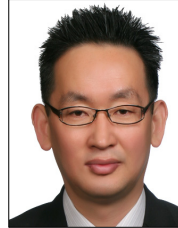
한 시청동기 및 만족도 연구-한국 텔레비전 드라마와의 비교를 중심으로”, 한국언론정보학보, 제41호, pp.303-336, 2008.
 [3] 양세혁, 김일태, “미야자키 하야오 애니메이션에 나타난 히로인의 성격구조”, 한국콘텐츠학회논문지, 제8-8호, pp.90-102, 2008.
 [4] 김병정, “시각화 전략을 통한 <지구를 지켜라>의 다성적 내러티브 구축”, 한국콘텐츠학회논문지, 제9-10호, pp.140-147, 2009.
 [5] 유진희, “김수현 멜로드라마의 장르문법과 성 이데올로기-<내 남자의 여자>를 중심으로”, 한국콘텐츠학회논문지, 제9-11호, pp.175-183, 2009.
 [6] 정영희, “한국 텔레비전 드라마의 동시대 지형과 역사성”, 한국언론학보, 제53-1호, pp.84-108, 2009.
 [7] 박덕춘, “TV드라마의 시대별 영상제작기법 변천 과정-MBC홈드라마를 중심으로”, 한국콘텐츠학회논문지, 제9-4호, pp.181-188, 2009.
 [8] 서유정, 안성아, 황인석, “일본에 수출된 한국영화 특성분석”, 한국콘텐츠학회논문지, 제8-1호, pp.386-397, 2008.
 [9] 이문행, “국내 방송 드라마의 유통 구조 및 창구의 특성”, 한국콘텐츠학회논문지, 제8-10호, pp.104-113, 2008.
 [10] 유세경, 이경숙, “동아시아 3국의 텔레비전 드라마에 나타난 문화적 근접성-<별은 내 가슴에>, <진정고백>, <동변일출서변우> 비교분석”, 한국언론학보, 제45-3호, pp.230-267, 2001.
 [11] 이문행, “미디어 콘텐츠의 장르 간 영역이동에 관한 연구 : 드라마와 영화 뮤지컬을 중심으로”, 한국콘텐츠학회논문지, 제9-10호, pp.148-158, 2009.
 [12] 박덕춘, “TV드라마의 시청률과 영상제작기법의 상관성-홈드라마를 중심으로”, 한국콘텐츠학회논문지, 제8-9호, pp.66-73, 2008.
 [13] 김은미, 이준웅, 심미선, “텔레비전 프로그램의 시청률과 품질의 상관관계에 대한 연구”, 한국언론학보, 제48-4호, pp.323-397, 2004.

- [14] 이원덕, “영화 및 드라마 촬영지 지역특화 사례 및 발전방향”, 한국콘텐츠학회논문지, 제8-12호, pp.98-108, 2008.
- [15] 최인호, “대중문화 콘텐츠를 활용한 관광지 스토리텔링”, 한국콘텐츠학회논문지, 제8-12호, pp.396-403, 2008.
- [16] 부정남, “내용분석의 발전과정”, 신문학보, 제17호, pp.125-131, 1984.
- [17] 김성태, “국내 내용분석 연구의 방법론에 대한 고찰 및 제언”, 커뮤니케이션이론, 제1권, 제2호, pp.39-66, 2005.
- [18] 讀賣新聞社芸能部編集, “テレビ番組の40年”, 日本放送出版協會, 1994.
- [19] 차배근, “사회과학연구방법”, 세영사, 1979.
- [20] Joseph R. Dominick and M. C. Pearce, “Trends in Network prime-Time Programming, 1953-74,” Journal of communication, Winter, p.71, 1976.
- [21] 引田惣弥, “全記録テレビ視聴率50年戦争”, 講談社, 2004.
- [22] 일본 비디오리서치(Video Research) 시청률 조사보고서
- [23] 요시오카히데타카(吉岡秀隆)의 개인 인터넷 홈페이지
- [24] 나카지마토모코(中嶋朋子)의 개인 인터넷 홈페이지
- [25] 河村弥生, “地域に根ざした観光に関する考察—富良野地域を事例として”, 北海道大, pp.2763, 2003.

저자 소개

윤 희 일(Hee-Il Yun)

정희원



- 1990년 2월 : 한양대학교 신문방송학과(문학사)
- 2001년 8월 : 한남대학교 언론홍보학과(문학석사)
- 2007년 8월 : 한남대학교 경영학과(경영학박사)

▪ 2003년 ~ 2004년 : 일본 조치대(上智大) 대학원 신문학과 객원연구원

▪ 1991년 2월 ~ 현재 : 경향신문사 편집국 전국부 기자(부장)

<관심분야> : 신문콘텐츠, 방송콘텐츠