[UCI]I804:24011-200000239320

2010년 2월

석사학위논문

만화원작드라마의 문화융합에 관한 연구

조선대학교 대학원

신 문 방 송 학 과

진 소

만화원작드라마의 문화융합에 관한 연구

- <꽃보다 남자>를 중심으로 -

A Study on TV Drama's Adaptations from Comics and Convergence of Culture

- Focusing on <Flower Four> -

2010년 2월 25일

조선대학교 대학원

신 문 방 송 학 과

진 소

만화원작드라마의 문화융합에 관한 연구

- <꽃보다 남자>를 중심으로 -

지도교수 이 희 은

이 논문을 신문방송학 석사학위신청 논문으로 제출함

2009년 10월

조선대학교 대학원

신 문 방 송 학 과

진 소

진소의 석사학위 논문을 인준함

위원장　　조선대학교　교수　최 양 호　(인)

위　원　　조선대학교　교수　박 선 희　(인)

위　원　　조선대학교　교수　이 희 은　(인)

2009 년　11월

조선대학교 대학원

목 차

ABSTRACT

제1장 서론 ····· 1
제1절 문제제기 및 연구목적 ····· 1
제2절 연구문제 ····· 3
제3절 논문의 구성 ····· 4

제2장 이론적 연구 ····· 5
제1절 만화에 대한 이해 ····· 5
1. 만화의 개념 ····· 5
2. 만화의 특징 ····· 6
제2절 OSMU시대의 만화 ····· 10
1. OSMU에 대한 이해 ····· 10
2. 만화 콘텐츠 산업 ····· 13
3. 만화원작드라마의 발전과정 ····· 17
제3절 문화융합 ····· 22
1. 문화융합과 세계화 ····· 22
2. 문화과정의 글로벌-로컬 역학 ····· 24
3. 글로벌 융합 시대의 문화환경 변화 양상 ····· 25
4. 시각매체에서 아시아문화의 근접성 ····· 27

제3장 연구방법 ·····29
제1절 연구대상 ·····29
제2절 구체적인 방법 ·····31

제4장 드라마로 제작되는 과정 중의 로컬화 ·····33
제1절 <꽃보다 남자>의 드라마화 ·····33
1. 만화 <꽃보다 남자> ·····33
2. 한 · 중 · 일 삼국의 <꽃보다 남자> 드라마화 ·····73
제2절 일본판 <꽃보다 남자>에 나타난 전통문화 ·····39
1. 음식 ·····39
2. 다도 ·····42
3. 기모노 ·····43
4. 温泉 · 和室 ·····44
제3절 한국판 <꽃보다 남자>에 나타난 전통문화 ·····46
1. 음식 ·····46
2. 한복 ·····48
3. 목욕탕 ·····48
4. 건물 ·····49

제5장 외국 시청자의 드라마 수용에 대한 고찰 ·····51
제1절 시청 동기와 이유 ·····52

1. 만화원작을 본 시청자 ·····52
2. 대만판을 본 시청자 ·····52
3. 한일문화를 친숙한 시청자 ·····54
4. 우연히 본 시청자 ·····55
제2절 전통문화 표현 장면 ·····58
1. 전통문화장면에 대한 전반적인 인식 ·····58
2. 드라마 중에 전통문화장면을 나타나는 횟수 ·····63
3. 드라마 중에 전통문화장면을 표현하는 구체적인 정도 ·····65
4. 드라마 중에 전통문화가 나타난 장면의 중요정도 ·····66
제3절 문화에 대한 관심 ·····68
1. 유행문화 영역 ·····68
2. 전통문화 영역 ·····71

제6장 결론 ·····76
제1절 연구요약 및 결론 ·····76
제2절 연구의 시사점 및 한계 ·····80

참고문헌 ·····81
부록: 인터뷰질문지 ·····85

표 목 차

<표 2-1> 드라마화된 출판만화 ·····20
<표 3-1> 인터뷰 대상 목록 ·····32
<표 4-1> 한국판 중에 나타난 음식 장면 ·····47
<표 5-1> 시청하는 동기와 이유 ·····56
<표 5-2> 시청자가 기억하는 일본 전통문화의 장면 ·····62
<표 5-3> 시청자가 기억하는 한국 전통문화의 장면 ·····63

그 림 목 차

<그림 2-1> 문화콘텐츠산업으로서 만화의 특징 ·····9
<그림 2-2> OSMU로 활용 가능한 문화 콘텐츠산업 ·····12
<그림 2-3> 만화 원작 활용의 장점 ·····15
<그림 2-4> 만화 콘텐츠의 확산 ·····17
<그림 3-1> 만화원작드라마의 융합과정 ·····30
<그림 4-1> 풍성한 밥상 ·····35
<그림 4-2> 교복과 기모노 ·····35
<그림 4-3> 수학여행 ·····36
<그림 4-4> 和菓子를 판매하는 가게 ·····39
<그림 4-5> 和菓子가게 안 ·····40
<그림 4-6> 츠쿠시의 도시락 ·····41
<그림 4-7> 스시정찬 ·····41
<그림 4-8> 다도1 ·····42
<그림 4-9> 다도2 ·····43
<그림 4-10> 다도3 ·····43
<그림 4-11> 기모노 ·····44
<그림 4-12> 일본온천 ·····45
<그림 4-13> 와시츠 ·····45
<그림 4-14> 한복 ·····48
<그림 4-15> 목욕탕 ·····49
<그림 4-16> 라궁 ·····49

ABSTRACT

A Study on TV Drama's Adaptations from Comics and Convergence of Culture
- Focusing on <Flower Four> -

Chen Xiao
Advisor: Prof. Lee, Hee-Eun Ph .D.
Department of Journalism & Communications
Graduate School of Chosun University

Nowadays comics has surpassed its limits as a role of humor and amusement, and it has firmly established its role as a site of public information and mass media. As "One Source-Multi Use" has been widely used in variety of media products, comics has been a key resource to be adapted to popular media, such as animations, games, movies, and television dramas. The importance of comics as a media industry has long been stressed in Japan, and other Asian countries, including Korea, have been no exception in the trend.

In order to understand the significance of comics in contemporary popular media, this thesis focuses on two editions of the television drama, *Flower Four*, one in Korea and the other in Japan. Adapted originally from the Japanese comic series, both *Flower Four*s have gained huge successes not only in their respective countries but also in neighboring Asian countries. By analyzing both Korean and Japanese drama and conducting in-depth interviews with Chinese viewers, this study shows a convincing example of the convergence of culture--through two steps in the local and

the global.

The results of the thesis can be summarized as follows. First, in the process of the drama production, we see localization of culture where Korean and Japanese cultural elements have been visually integrated into the two editions of *Flower Four*. Second, globalization of culture can be seen in the audience reception processes, in which Chinese audiences are actively engaged in understanding and interpreting other cultures as they watch the dramas.

Although the convergence of local and global cultures is the main force of the popularity of the dramas, other media practices also expanded the effects of the comic-based television series. Among others, well-written scripts, talented actors, and active media publicity are the three most important elements to achieve such a success. Furthermore, depending on their degree of details and dramatic richness, Korean and Japanese cultural representations have been actively re-articulated by Chinese audiences.

I have attempted to investigate the ways in which the convergence of culture plays a role in the production of a television drama series, which in turn, constructs cultural perceptions of the audiences. A recent example of *Flower Four* supports the convergence of culture I have argued in this thesis. A further attention will be needed near future to expand the scope of the cultural convergence among different genres of media products.

제1장 서론

제1절 문제제기 및 연구목적

1980년대 이후 가속화된 세계화 과정 속에서 대중문화의 각 영역들은 서로 융합하며 경계를 넘나들고 있다. OSMU(One Source-Multi Use)라는 개념을 내세우면서, 대중문화가 문화상품의 속성을 강하게 띠고 있는 것도 이 때문이다. 특히 만화에서 기본 이야기 줄거리를 따온 영상물 제작이 늘어나고 있는데, 애니메이션, 게임, 영화, TV 드라마 등을 망라한 관련 산업에 원작을 제공하고 있다. 만화를 원작으로 한 드라마는 아시아 지역에서 더욱 높은 인기를 누리고 있으며, 그 인기의 배경에는 만화 자체의 매체적 특성 뿐만 아니라 아시아 각국이 공유하는 문화적 특성이라는 요인이 함께 작용하고 있다.

2009년에 한국 KBS TV에서 방영된 <꽃보다 남자>는 일본만화 <花よりダンゴ>를 원작으로 한 '글로벌 드라마'의 대표적 사례이다. 이 원작 만화는 일본에서만 5,900만 부를 돌파한 인기 작품이고, 대만, 일본, 한국 등 세 나라에서 드라마로 제작된 초특급 히트작이다. 그렇다면, 한 편의 만화를 원작으로 하여 세 나라에서 각각 제작된 드라마가, 아시아 전 지역에 방송되면서 공통의 인기를 누리는 현상은 아시아 지역의 문화융합과 어떤 관계가 있을 것인가?

본 연구에서는 문화 융합의 시각으로 이 시대의 만화가 어떤 의미를 갖고 있는지, 또한 만화원작드라마가 제작, 방송되는 과정 중에 아시아 문화가 어떻게 융합되는지에 관한 문제를 고찰해 보고자 한다. 이를 위해 <꽃보다 남자>의 드라마화 과정에서 문화적 요소가 어떻게 재현되는지, 그리고 그 드라마적 재현을 수용자들은 어떻게 감상하고 평가하는지에 대해서 알아본다. 현대사회에서 만화원작드라마는 단순한 오락적 기능 외에도 세계 커뮤니케이션과 문화융합에 영향을 미칠 것인가? 또한 수용자들은 만화 원작이 가진 이야기 이외에도 다른 문화에 대한 이해력과 문화 수용력을 갖게 될 수 있을 것인가?

본 연구를 통해 현대사회에서의 만화원작드라마를 더 효율적으로 이해하고, 그 드라마가 수용자들의 외국 문화 수용에 미치는 영향에 더 관심을 기울임으로써, 결국은 세계화 시대의 대중문화를 통해 문화 교류와 문화 융합이 어떠한 방식으로 일어나는지 이해할 수 있기를 바란다.

제2절 연구문제

"만화를 원작으로 한 드라마가 제작, 방송되는 과정 중에 아시아 문화가 어떻게 융합될 것인가?" 이러한 문제의식을 갖고, 본 연구에서는 한·일 양판본의 <꽃보다 남자>를 중심으로 문화융합과정의 모델을 설명할 것이다.

연구문제 1:<꽃보다 남자>의 만화원작이 드라마로 제작되는 과정 중에 로컬문화의 융합은 어떻게 나타날 것인가?

연구문제 1-1: 만화 <꽃보다 남자>가 일본판 드라마로 제작되는 과정 중에 일본전통문화는 어떻게 표현될 것인가?

연구문제 1-2: 만화 <꽃보다 남자>가 한국판 드라마로 제작되는 과정 중에 한국전통문화는 어떻게 표현될 것인가?

연구문제 2: <꽃보다 남자>가 드라마로 방송되는 과정 중에 세계문화와의 융합은 어떻게 일어날 것인가?

연구문제 2-1: 일본판 드라마 <꽃보다 남자>는 중국 시청자에게 어떤 문화적 영향을 줄 것인가?

연구문제 2-2: 한국판 드라마 <꽃보다 남자>가 중국 시청자에게 어떤 문화적 영향을 줄 것인가?

제3절 논문의 구성

이 논문은 모두 6장으로 구성된다.

제1장에서는 문제제기 및 연구목적, 연구문제, 논문의 구성 등을 다룬다.

제2장 이론적 연구는 모두 3개의 절로 구성된다. 제1절에서는 만화에 대한 이해에 대해서 논의를 하고, 제2절에서는 OSMU 시대의 만화에 대해 논의를 하고, 제3절에서는 문화융합에 대해 논의를 한다.

제3장에서는 연구방법을 설명한다. 제1절에서는 연구모델에 대한 설명을 하고, 제2절에서는 구체적인 방법에 대한 설명을 한다.

제4장에서는 만화원작을 드라마로 제작되는 과정 중의 로컬화를 분석한다. 제1절에서는 <꽃보다 남자>의 드라마화에 대해 설명을 하고, 제2절에서는 일본판 <꽃보다 남자>에 나타난 전통문화에 대해서 설명을 하고, 제3절에서는 한국판 <꽃보다 남자>에 나타난 전통문화에 대해서 설명을 한다.

제5장에서는 외국 시청자의 드라마 수용에 대한 고찰을 분석한다. 제1절에서는 시청하는 동기와 이유를 분석하고, 제2절에서는 전통문화를 표현하는 장면에 대해서 분석하고, 제3절에서는 문화에 대한 관심을 분석한다.

제6장에서는 본 연구의 결론을 설명한다.

제2장 이론적 연구

제1절 만화에 대한 이해

1. 만화의 개념

만화는 오랫동안 우리가 가장 친근하게 접해온 대중미술이다. 원래 만화를 지칭하는 카툰의 의미는 미술가들이 그림을 그리기 전에 계획하는 바를 종이에 크게 그리거나 스케치한 그림을 말한다.[1] 사전적 정의에 따르면 만화는 “대상의 성격을 과장하거나 생략하여 익살스럽고 간명하게 인생이나 사회를 풍자하거나 비판하는 줄거리가 있는 여러 컷짜리 그림” 이다.[2] 또한 "자유로운 과장법과 생략법을 써서 단순 · 경묘(輕妙) 그리고 암시적인 특징을 노리는 것이 순수회화와 구별되는 점"[3] 이라는 특징도 있다. 이처럼 만화는 그 ‘과장성’, ‘생략성’, ‘회화성’이라는 특징으로 인해 대중문화의 아이디어 원천으로 기능하기도 한다.

만화의 개념에 대해서는 학자에 따라 여러 가지 견해가 있다.

가장 대중적인 의미를 설명하고 있는 스콧 매클루드(Scott McCloud)는 만화를 "정보를 전달하거나 보는 이에게 미적인 반응을 일으킬 목적으로 그림과 그 밖의 형상들을 의도한 순서대로 나란히 늘어놓는 것"[4]이라고 정의했다. 이 말의 의미는 작가가 다른 사람에게 전달하고자 하는 이야기에 감정이나 생각들을 보태어 순서에 따라 그림을 그리고 글씨를 써넣어서 독자들에게 어떠한 정보나 메시지를 전달하려는 의도가 있는 것을 만화라고 본다는 시각이다. 그림이라는 표현도구를 사용

---

1) 이우태, "일러스트레이션에 나타난 여백의 조형성에 대한 연구", 홍익대학교, 산업미술학과, 석사학위논문, 2005, p.63.

2) 네이버 백과사전, http://100.naver.com/100.nhn?docid=59924, 2009,8,29.

3) 네이버 백과사전, http://100.naver.com/100.nhn?docid=59924, 2009,8,29.

4) Scott McCloud, 「만화의 이해」, 시공사, 1993, p.54.

한다는 점만 제외하면 일반적인 스토리텔링 방식과 비슷하다고 본 것이다.

반면 단순한 이야기의 전달보다는 그림을 통한 수용자의 감정적 반응을 만화의 핵심적인 특성으로 정의한 학자들도 있다. 랜달 해리슨(Randall P Harrison)은 “만화는 사물을 단순화시키고, 왜곡시켜 표현하기 때문에 신속함과 성급함의 단점을 동시에 갖고 있는 커뮤니케이션의 일종”[5]이라고 주장한다. 박인하 역시 이와 비슷하게 “정보를 전달하거나 미적인 반응을 일으킬 목적으로 그림과 글을 비롯한 상징화된 형상을 의도적으로 늘어놓거나 배치하여 수용자에게 연속적인 연상 작용을 일으키는 것”이라고 만화를 정의한다.[6]

임청산은 만화에 대한 여러 가지 정의들을 종합적으로 반영하여, "첫째, 그림이 있는 예술이다. 둘째, 만화는 선묘가 중심이 되는 선화 예술이다. 셋째, 만화는 판화인쇄술에서 발달한 복제예술이다. 넷째, 만화는 활동사진 기법을 응용한 영상예술이다. 다섯째, 만화는 이미지의 시각적 특성에 의한 커뮤니케이션을 모적으로 하는 시각전달 디자인이다"[7]라고 광범위한 정의를 내리기도 한다.[8]

결론적으로 만화란 상징적 표현을 통해 사물이나 생각의 개념적 특징을 찾아, 과장하거나 생략하거나 풍자하거나 회화하는 방식을 응용한 연속된 그림 형식으로써, 이를 통해 이야기나 메시지를 전달할 수 있는 "시각적이고 서사적인 매체"라고 정의할 수 있다. 바로 이 ‘시각적이고 서사적인’ 매체라는 특징 때문에, 오늘날 만화는 대중문화 전반에서 아이디어의 원천 역할을 수행하고 있다.

2. 만화의 특징

가. 매체적 측면

매체로서의 만화가 갖는 가장 큰 특징은 상상력의 자유로운 표현이다. 예를 들

5) Randall P Harrison,「만화와 커뮤니케이션」, 이론과 실천, 1989, p.16.

6) 박인하,「만화를 위한 책」, 교보문고, 1997, p.35.

7) 임청산, "문화와 만화의 조성요소와 상관성 연구", 대전대학교, 교육학과, 박사학위논문, 1998, p.192.

8) 조영숙, "만화 텍스트를 활용한 추로 능력 신장방안 연구", 추천교육대학교, 초등국어교육학과, 석사학위논문, 2005. p.18.

어 김숭민은 영화나 텔레비전이 어쩔 수 없이 갖게 되는 주제 · 내용 · 묘사의 한계를 뛰어넘는 만화의 무한한 가능성을 그 주요 기능으로 꼽는다. 그리고 생략 · 과장 · 변형이 얼마든지 가능하며 공상과 환상의 세계를 자유로이 넘나들 수 있어 그 어느 매체보다 강력한 흡인력을 가지고 독자들에게 쉽게 접근할 수 있다는 점에 주목한다.[9] 따라서 이러한 만화가 갖는 흡인력과 재미는 교육의 수단으로서 훌륭한 기능을 지니며, 이해하기 어렵고 복잡한 내용을 쉽게 풀이하여 사회 전반에 지식과 정보를 보급하고 일반화하는 중요한 매체의 역할을 한다는 것이다.[10]

보다 구체적으로 장재욱은 전달매체로서 만화의 기능을 예술적 기능, 교육적 기능, 오락적 기능, 그리고 상업적 기능의 네 가지로 분류해서 설명한다. 만화가 갖는 예술적 기능은 두 가지로 나누어서 생각해 볼 수 있는데, 하나는 만화 자체가 예술로서 창작된다는 것과, 다른 하나는 여러 예술 장르에서 만화의 캐릭터나 기법들이 이용된다는 것이다. 둘째, 만화는 전하고자 하는 메시지를 보다 쉽고 효과적으로 시각화하는 장점이 크기 때문에 교육효과를 위한 시각전달매체로서 활용되고 있다. 셋째, 만화는 창작의 과정에서 희열을 느끼고, 메시지를 전달받고, 보면서 웃고 즐기는 오락의 기능을 가지고 있다. 상업적 기능은 만화가의 원작에 이어 잡지, 단행본, TV, 극장, 영화, 게임 등 새로운 소비시장을 창출한다는 것이다.[11] 이러한 정의는 만화가 이미 사회적인 매체로서 단순한 오락 이상의 다양한 기능을 수행하고 있음을 보여준다.

김용락 · 김미림은 만화의 표현양식을 중심으로 하여 인쇄매체이자 전달 매체로서 만화가 갖는 특징을 살펴본다. 만화는 표현상에 있어서 극도의 과장법을 쓰고 현실에 대한 풍자를 내포하고 있으며 자유로운 표현 양식이 허용되는 이점이 있어 독자에게 쉽게 다가갈 수 있으며 유머와 재미가 있다. 또한 만화는 대담한 생략과 추상으로 표현을 간명하게 하고, 변형되거나 과장된 도상과 이야기를 통해 자기주장을 드러낼 수 있고, 끊임없는 시간과 정황의 흐름을 통해 속도감 있는 참신성을 드러내는 등 현대인의 시대 감각적 특성과 잘 부합된다. 따라서 오늘날의 만화는 이

9) 김숭민, "학습만화의 교육적 기능에 관한 연구", 중앙대학교, 신문방송학과, 석사학위논문, 1989, p.11.

10) 조영숙, 전게논문, p.23.

11) 장재욱, "전달매체로서 만화(CARTOON)가 갖는 인지의 용이성에 대한 연구", 조선대학교 산업디자인학과, 석사학위논문, 1998, p.43-49.

미 회화만은 아니며 회화가 전할 수 없는 긴 메시지까지 신속하게 그림으로 전달하고 있는 것이다.[12] 이원복 역시 인쇄매체로서의 만화를 중심으로 그 긍정적인 측면과 부정적인 측면을 살펴본다. 만화는 그림이라는 요소를 사용한다는 면에서 시각 · 영상매체의 특성을 지니며, 출판된 간행물이라는 점에서는 인쇄매체의 특성을 지닌다고 할 수 있다. 즉 만화는 인쇄매체가 갖는 경직되고 정지된 단점을 보완하면서도 영상매체가 갖는 일회성도 극복하는 특수매체인 것이다.[13]

나. 문화적 측면

매체의 기능을 수행하던 만화의 영역은 오늘날 일반 대중문화 영역 전반으로 확대되었다. 특히 창의력과 상상력을 원천으로 하는 문화적 요소가 문화상품으로 개발되고, 이러한 문화상품이 경제적 가치 창출로까지 이어진다는 점에서 만화의 기능은 더욱 다양해지고 있다. 일반적으로 문화콘텐츠의 창작 원천인 문화적 요소에는 생활양식, 전통문화, 예술 이야기, 대중문화, 신화, 개인의 경험, 역사기록 등 다양한 요소들이 포함되어 있다. 이러한 '문화적 요소'는 창의성과 기술을 바탕으로 고부가가치를 창출하는 문화 콘텐츠로 전환될 수 있다.[14] 특히 문화적 요소 중 대중문화의 한 장르인 만화는 창의성과 기술을 바탕으로 경제적 가치를 창출하는 문화 콘텐츠로서의 특징을 갖는다.

최미란은 문화콘텐츠 산업의 측면에서 만화가 갖는 특징을 매체적 특성, 접근 용이성, 복합 산업성, 대중성 이렇게 4가지로 분류하여 설명한다.

첫째, 만화는 문자와 그림이 결합한 형태로 매체적 특성을 가진다. 이러한 형식은 정보 전달의 신속성과 편리성, 광범위성 등의 매체적 장점으로 작용하여 대중전달매체의 하나로 이용되어왔다. 다른 대중전달매체와 비교해 볼 때 문자 이미지와 영상 이미지를 동시에 구현하고 있다는 측면에서 만화는 문학이나 영화보다 훨씬 대중들에게 쉽게 받아들여지고 빠르게 전달되는 특성을 가진다.

둘째, 만화가 갖는 접근 용이성을 특징으로 들 수 있다. 만화의 가장 큰 장점은

---

12) 김용락 · 김미림, 「서사만화개론」, 범우사, 2000, p.56.

13) 이원복, "21세기 문화산업의 꽃 애니메이션", 계간 사상, 제13권, 제1호, 2001, p.228.

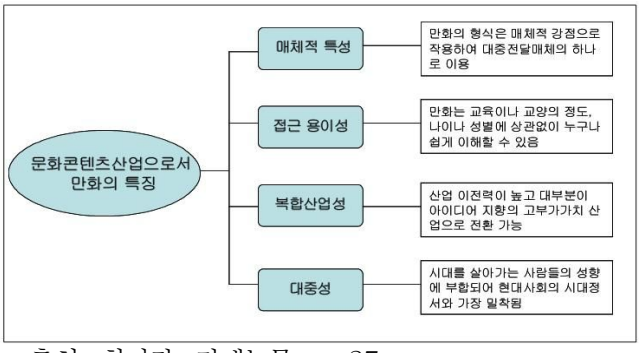
14) www.kocca.kr

교육이나 교양의 정도, 나이나 성별에 상관없이 누구나 쉽게 이해할 수 있다는 것이다. 만화는 표현의 특성상 대상의 세계를 과장, 생략, 왜곡, 상징화함으로써 수요자의 상상력 발휘와 자기 동일시의 효과를 나타낸다. 이러한 친근감 유발과 부담없이 대중에게 접근이 용이한 만화의 특성 때문에 문화 침투력이 강하게 나타난다.

셋째, 만화는 복합 산업적 특징이 있다. 만화는 출판매체와 영상매체, 팬시, 완구산업, 그리고 뉴미디어 산업에 이르기까지 고부가가치 산업으로 전환이 가능하다. 또한 다른 매체와의 결합이 용이하기 때문에 영화, 텔레비전, 컴퓨터와 결합시켜 만화의 파급력을 증가시키기도 한다. 이와 같이 만화의 복합 산업적 특징을 바탕으로 원작 산업화는 드라마화, 영화화, 게임화 되어 이에 따른 시너지 효과로 관광, 패션, 캐릭터산업에 이용되는 등 고부가가치 산업으로 각광 받고 있다.

넷째, 만화의 특성으로 대중성을 들 수 있다. 포스트모더니즘의 영향으로 고급문화와 하위문화를 뚜렷하게 구분하던 경계가 모호해지고 대중만화가 광범위하게 확산됨과 동시에 대중문화의 한 매체로써 만화의 입지를 굳혀가고 있다. 하위문화로 취급받던 만화가 고부가가치의 미래 산업으로 여겨지면서 텔레비전 뿐 아니라 애니메이션, 비디오 만화, 인터넷 만화, 캐릭터 산업, 컴퓨터 게임 프로그램, 테마파크로 응용되는 관련 부수 산업의 확대재생산이 이루어지고 있다. 간결하고 명확한 시각매체라는 만화의 특성이 빠르고 복잡하게 변해 가는 포스트모던 시대의 경향과 이러한 시재를 살아가는 사람들의 성향에 부합되는 공통점을 가지며 현대사회의 시대정서와 가장 밀착되어 있음을 알 수 있다.[15]

<그림2-1> 문화콘텐츠산업으로서 만화의 특징



*출처: 최미란, 전게논문, p. 27.

15) 최미란, "만화를 원작으로 한 드라마 속 패션 디자인 개발", 이화여자대학교, 의류직물학과, 석사학위논문, 2008, p.27.

제2절 OSMU 시대의 만화

1. OSMU에 대한 이해

가. OSMU의 개념

OSMU라는 용어는 1980년대 초 일본 전자공학계에서 처음 도입한 말로, '하나의 소스를 디지털화하고, 이를 다양한 종류의 매체 및 매체에 걸맞은 가장 적합한 형태의 결과물로 아날로그화 하여 이용하는 경우, 보다 값싸고 간단하게 만들어 낼 수 있는 것'[16] 이라는 의미로 사용되었다. 한국에서는 1998년에 '한글과 컴퓨터' 사에서 글로벌 전략의 일환으로 이 용어를 사용하여 널리 알려지게 되었다[17]. 이후 문화 콘텐츠의 산업적 효과를 논하기 위하여 OSMU 라는 용어가 일반적으로 사용되기 시작한 것으로 보인다.

한국에서 통용되는 OSMU의 개념은 하나의 소재를 다양한 미디어에 적용하여 상품을 개발하는 것을 말한다. 협의의 개념으로는 하나의 콘텐츠가 오락의 요소나 상품의 부가가치 형성에 적용되는 경우를 의미한다면, 광의의 개념으로는 원천콘텐츠가 이윤창출을 위하여 문화와 예술을 가공하여 다양한 미디어에 적용, 배포하는 것을 이르는 말로 이해할 수 있을 것이다.

나. OSMU 의 구조

(1) 창구효과(Window Effect)

문화산업은 산업 연관효과가 다른 산업에 비해서 매우 큰 것으로 알려져 있으며 이는 창구효과로 설명할 수 있다. 창구효과란 문화상품의 생산에는 많은 기초 투자비용이 들지만 일단 생산된 이후 이를 재생산 하는 경우에는 한계비용이 극히 낮

16) 조상룡, "사례분석을 통한 OSMU의 고찰", 방송공학회논문지, 제12권, 제5호, 2007, p.424.

17) 한국 방송영상진흥원, "디지털 현상과 과제", 1997, 자료참조.

게 나타나는 현상을 의미한다. 특히 이러한 창구효과는 영상 콘텐츠에서 두드러진 측면을 보이는데, 이는 다매체, 다채널 시대의 도래로 인하여 영상물에 대한 수요가 대폭 증가한 것과 관련이 있다. 특정 프로그램뿐만 아니라 채널도 매체의 다변화를 통한 효과를 얻고 있다. 이 때문에 창구효과는 OSMU와 비슷한 의미로 사용되기도 한다. 예를 들어 김진두는 창구효과를 "문화산업의 가장 중요한 특징으로써, 원천콘텐츠가 게임, 만화, 영화, 캐릭터, 소설, 음반 등의 여러 가지 2차 문화상품으로 파급되어 원 소스의 흥행이 2차상품의 수익으로까지 이어지는 연쇄적인 마케팅효과를 말한다"고 설명한다.[18]

이처럼 OSMU는 CT(Culture Technology)를 기반으로 하여 문화산업 전반에 걸쳐 발전하고 있으며, 콘텐츠를 매개체로 한 생산과 소비가 동시에 이루어지는 서비스 상품적인 성격을 가지고 있다. 특히 하나의 성공적 원작을 다양한 장르로 재창조하여 문화 생산물로서의 부가가치를 창출하는 고속 성장산업으로 여겨진다. 창의성을 바탕으로 한 다양한 창구효과는 무한한 수요를 창출하게 되고, 결국 창구화 전략은 상품 생산과 소비의 효율성을 극대화하면서 시장의 확대를 가능케 한다.

디지털화로 인해 이제 창구효과는 같은 계열(장르)의 미디어에 국한되지 않고 다른 계열의 다양한 미디어를 통해서도 일어난다. 예를 들어 영화나 애니메이션, 드라마가 게임의 소재로 활용되거나 캐릭터, 음반으로까지 제작되어 창구효과를 극대화 하는 것이다.[19] 그러나 창구효과의 원천이 되는 원 소스(One Source)의 흥행여부에 따라 파생상품의 활용가치나 문화적 의미가 결정되어버린다는 단점이 있다.[20] 이는 상품으로서의 안정성을 보장할 수는 있어도 다양한 창의성의 확보라는 점에서는 제약조건이 될 수 있음을 의미한다.

(2) OSMU

하나의 원천소스가 다양한 분야나 장르에서 활용되면서 고부가가치를 만들어내

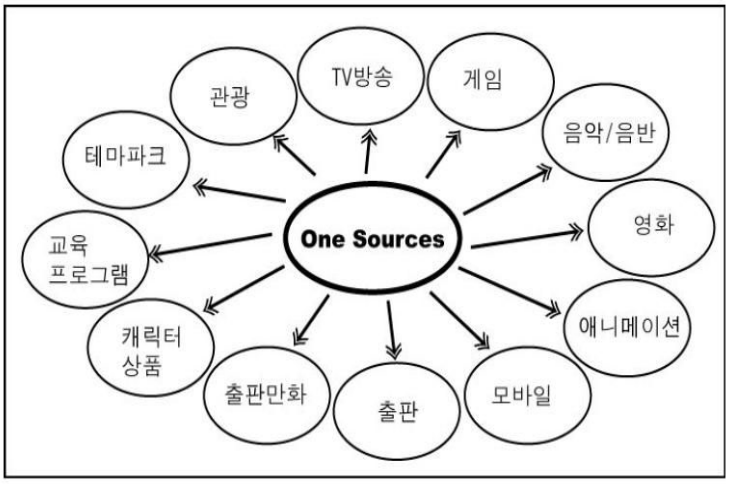
18) 김진두, "출판의 다른 매체 활용화 현상 연구", 한국출판학연구, 2004, p.55.

19) 최혜실, 「방송 · 통신 융합 시대의 문화 콘텐츠의 중요성」, 문화관광부, 2006, p.20.

20) 이창욱, "OSMU를 중심으로 한 문화콘텐츠의 다목적 활용에 관한 연구", 한국디자인문화학회지, 제14권, 제3호, 2008, p.373.

는 비즈니스 구조를 일컬으며, 앞에서 언급한 창구효과와 비슷한 의미로 사용되기도 한다.

<그림2-2> OSMU로 활용 가능한 문화 콘텐츠산업



*출처: 이창욱, 전게논문, p. 375.

기존의 개념은 하나의 콘텐츠로 다양한 분야의 응용상품을 개발하는 것으로 통용되었으나, 개념의 확대에 따라 하나의 기술로 다양한 응용서비스를 개발하는 것까지 모두 아우르는 의미로 확대되었다. 즉, 특화된 상품기획 뿐 아니라, 적합한 기술 적용과 마케팅에 맞춘 개발일정 그리고 사후 서비스 등을 통하여 다양한 부가 콘텐츠와 미디어에 적용하여 나가는 것이다.

(3) OBMU (One-Brand Multi-Use)

하나의 문화 콘텐츠를 게임, 출판, 음반, 영화, 애니메이션 등으로 동시에 발표하여 시너지 효과를 겨냥한 새로운 마케팅 전략으로 최근에 각광을 받고 있다. 앞에서 말한 '창구 효과'와 'OSMU'가 하나의 원천으로 다양한 후속 상품을 개발하는 것을 의미한다면, 이 OBMU는 동시다발적으로 상품과 서비스를 출시하는 것을 의미한다. 일명 '미디어 믹스' 전략으로 불리기도 하며, 성공 사례로는 영화 '매트릭스

'가 있다.

(4) MSMU (Multi Source Multi Use)

MSMU (Multi Source Multi Use)는 1차 콘텐츠를 재창조하거나 새롭게 상품화하는 전략이다. 다큐멘터리, 각종 사회 이슈 등 다양한 소재들이 창작과정에 활용되는 등 MSMU는 문화 전반에 걸쳐 나타나고 있다. 이는 테크놀로지의 발달로 인해 수용자들이 직접 원천 소스를 획득하여 재가공할 수 있는 기회가 증가함에 따라 일어난 현상이라 할 수 있다. 특히 수년 전부터 붐을 이루고 있는 동영상 UCC(User Created Contents)를 포함, 다양한 정보들을 취사선택 및 재가공하여 인터넷을 통해 널리 전달할 수 있게 되면서 MSMU전략은 더욱 강조되고 있다.[21]

2. 만화 콘텐츠 산업

가. 만화원작 산업화의 필요성과 만화원작 활용의 장점

만화가 가진 산업적 특성을 중심으로, 만화와 인접 문화사업의 연계가 더욱 활발하고 다양하게 이루어지는 이유를 생각해볼 수 있다.

첫 번째 이유는 만화가 다른 문화산업과 비교했을 때 가장 경제적인 산업이라는 점이다. 만화는 최소 만화가 한 명만 있으면 하나의 콘텐츠를 생산할 수 있다. 영화나 애니메이션, 게임 등 인접 문화산업을 제작할 때는 기획, 제작, 마케팅 등 다양한 인력과 극장, 통신망 등의 인프라 구축에 막대한 비용이 들어가는 반면, 만화는 만화가의 창조적인 상상력과 종이, 펜, 잉크 등 약간의 재료비만으로 만들어질 수 있다. 물론 만화가를 돕는 문하생이나 어시스턴트, 편집 등의 인력과 만화잡지, 인쇄 시설 등의 인프라가 필요하기는 하지만 영화 한 편당 평균 제작비가 40억 원(『2005 한국영화연감』, 영화진흥위원회), 30분짜리 TV시리즈 애니메이션 한편의 제작비가 1-2억 원 수준임을 비교해 볼 때 월등히 경제적인 문화산업이다. 이

21) 이창욱, 전게논문, p.373.

러한 창작의 경제성을 바탕으로 다양한 만화가 만들어지고 있고, 프로만화가는 물론 동인지, 웹툰 등을 통해 많은 아마추어까지 콘텐츠 생산에 참여하고 있다. 이렇게 만들어진 다양한 콘텐츠가 인접 문화 산업의 아이디어와 원천 콘텐츠 공급처로서 자리매김할 수 있는 근간이 되었다.

두 번째 특성은 관련 산업으로 전환하기가 쉽다는 점이다. 완성된 만화를 스캔하기만 하면 온라인이나 모바일 등에 활용할 수 있는 디지털 콘텐츠로 변환할 수 있다. 대사를 번역하기만 하면 해외 시장에 바로 수출할 수도 있다. 또 영상 매체를 만드는 데 필수적인 서사 구조(스토리)와 이미지(캐릭터, 배경)등을 포함하고 있기 때문에 인접 분야로의 전환이 쉽다. 이미 정리된 스토리와 캐릭터 설정 등은 영상 매체 제작에 선행하는 프리프로덕션 비용을 절감하는 효과를 가져다준다.

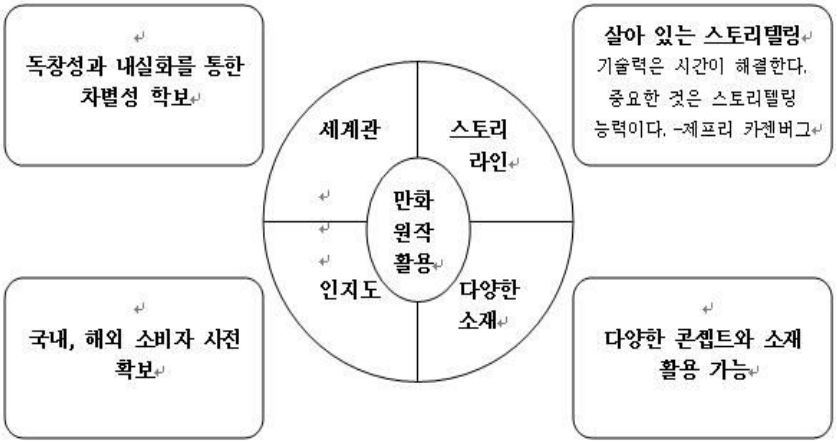
세 번째는 만화가 연속성을 지닌 미완결 구조를 가지고 있기 때문이다. 잡지연재 혹은 단행본으로 연속 발행되는 특성을 지닌 만화는 스토리 변화와 다양한 전개가 가능하다. 만화 제작 시 (특히 만화잡지 등 상업만화의 경우) 독자 반응을 토대로 이야기 전개를 변화하는 등의 방향 전환이 가능하다. 이러한 특성은 만화 원작이 타 장르로 전환될 때 더 빛을 발한다. 예를 들어 현재 만화잡지에 연재 중인 만화를 온라인 게임으로 만들면, 온라인 게임에서 새롭게 등장하는 캐릭터를 만화에 반영할 수도 있고, 만화 주인공의 이동경로에 따라 게임의 새로운 미션이나 무대를 만들 수도 있다. 만화와 연계산업이 상호 작용하면서 시너지 효과를 거둘 수도 있다. 만화잡지의 기사와 광고 지면을 활용한 마케팅이나 게임 사이트를 통한 만화 홍보 등 공동 마케팅도 가능하다. 이러한 만화의 산업적, 구조적 특성 때문에 만화는 인접 문화산업의 원천 콘텐츠로 사용될 수 있는 다양한 가능성을 갖는다.

인접 문화산업에서 만화를 원작으로 활용하는 경우 얻을 수 있는 이점은 여러 가지가 있다. 그중 가장 주목할 것은 장기간의 연재(혹은 연속된 단행본)를 통해 확보된 원작의 다양한 스토리 라인을 활용할 수 있는 점이다. 드림웍스의 대표인 제프리 카젠버그(Jeffrey Katzenberg)는 기술력은 시간이 해결할 수 있지만, 더 중요한 것은 창조적인 스토리텔링 능력이라고 말한 바 있다. 한국 문화 산업, 특히 영화, 애니메이션 등 영상산업의 고질적인 약점이 창의성과 스토리텔링 능력 부족이라고 지적되는 상황에서 만화가 이미 확보하고 있는 다양한 스토리 라인은 중요한 자산이라 할 수 있다. 스토리와 함께 장기간 제작된 만화마다 주인공 캐릭터와

그들이 살필 수 각각의 세계관이 존재한다. 만화가 만들어놓은 스토리라인과 세계관은 새롭게 만들어지는 영상 작품의 독창성 및 내실화를 유도한다.

또한 많은 만화들이 국내 시장뿐 아니라 해외 시장에서도 큰 인기를 얻고 있다. 한국 만화의 경우 아시아를 시작으로 북미, 유럽, 남미까지 세계30여개 나라에서 사랑받고 있다. 일본의 만화가 한국을 비롯한 세계 여러 나라에서 인기를 얻고 있다는 점도 이미 잘 알려진 사실이다. 대중만화를 원작으로 사용하여 제작된 문화상품의 경우, 이미 만화가 수출된 지역으로 상품을 수출하게 되면 사전인지도와 경쟁력에서 우위를 확보할 수도 있다.[22]

<그림2-3> 만화 원작 활용의 장점



*출처: 한국문화콘텐츠진흥원, 전게서, p. 73.

나. 만화 원작 활용의 현황

만화를 원작으로 한 영상물 제작은 점차 늘어나고 있는 추세다. 한국에서 만화는 오랫동안 저급한 오락물로 취급받았으나, 1986년 이현세의 『공포의 외인구단』이 영화로 만들어진 이후 만화를 바라보는 시선이 바뀌기 시작했으며, 이후 만화 원작의 영상물이 대거 등장하기 시작했다. 그리고 이것은 TV 드라마에도 영향

22) 한국문화콘텐츠진흥원, 「만화산업백서2006」, 2006, p.72-74.

을 미쳐, 만화 원작을 바탕으로 수많은 드라마들이 제작되기도 했다. 최근에는 OSMU라는 개념을 내세우면서 저비용의 만화원작사업을 가지고 고효율의 미디어 산업을 발전시키기 위한 다양한 전략이 모색되었고, 이제 만화는 게임, 영화, 공연, 방송 등을 총망라하여 관련 산업에 원작을 제공하고 있다.[23]

특히 만화는 초기비용이 적게 든다는 점에서 OSMU로 활용하기에 알맞은 산업이며, 오프라인에서 온라인으로의 사업변화가 용이하다는 특징을 지닌 콘텐츠 산업 분야이다. 영상정보사회의 시대적 특성에 가장 잘 부합되면서도 엔터테인먼트라는 독특한 흥미성을 더하여 디지털 미디어와 만화매체의 접목이 다각도로 시도 및 진행되고 있다.[24]

만화가 일단 애니메이션화 되기만 해도 그로 인해 더욱 많은 독자를 확보할 수 있다. 대중적으로 인기를 얻은 만화원작 영상에 힘입어, 출판사는 만화 단행본을 만들어 새로운 독자의 수요에 응할 수 있기 때문이다. 동시에 방송국이나 영화사는 만화라고 하는 대중적인 소구력을 지닌 콘텐츠를 입수할 수 있다. 스폰서는 그 콘텐츠를 상품화함으로써 이익을 창출하고, 그에 대한 대가로 광고료를 방송국에 지불한다. 방송국은 애니메이션 제작회사에게 그 일부를 제작비로 지불하고, 스폰서 또한 판권료를 애니메이션 제작사에 지불한다. 이것이 제작사 애니메이터의 임금이 되고, 재료비가 된다. 그 제작사는 소프트웨어를 다시 해외에 팔아서 수익을 올린다. 애니메이션이 게임화 되는 것도 이와 같은 방식으로 활발히 진행될 수 있다. 세계의 만화 · 애니메이션의 시장규모가 82조5천억 원이라는 숫자가 나온 것은 이러한 만화 출판에 관한 외적인 부분이 근거가 되고 있는 것이다[25].

만화는 같은 만화 매체 내에서 유사한 이미지를 이어 받아 장르화시키는 것이 용이할 뿐만 아니라, 만화에서 만들어낸 서사 및 시각 콘텐츠를 타 매체로 인식하는 것 역시 어려움 없이 이루어지고 있다. 특히 만화 향유층 특유의 강한 커뮤니티성 즉 고정팬층 형성 덕분에 더욱 매력적인 소스로 인식되고 있다. 나아가 출판시장의 장기불황 때문에 만화계 자체에서도 이러한 트렌드를 반기고 있다.[26]

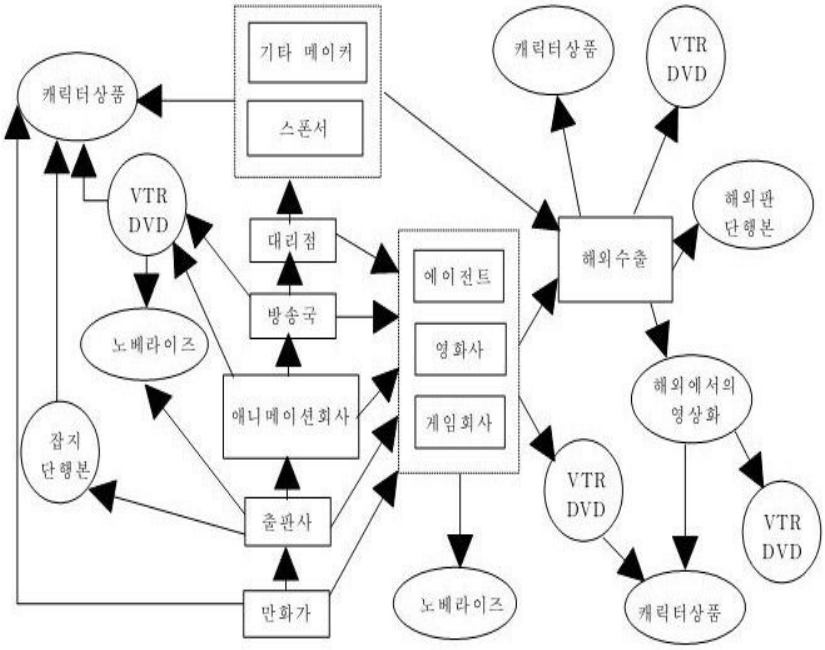
---

23) 남승연, "만화 원작 TV 드라마 연구-<풀 하우스>,<궁>을 중심으로", 한국드라마학회, 드라마연구, 제4권, 제26호, 2007.6, p.219.

24) 강유화, "국내 출판만화산업의 온라인(online)시장 분석 및 발전방안연구", 만화애니메이션연구, 2004, p.65.

25) 中野晴行, 「マンガ産業論」, 東京 : 筑摩書房, 2004, p.69.

<그림2-4> 만화 콘텐츠의 확산



*출처: 中野晴行, 전게서, p. 79.

3. 만화원작드라마의 발전과정

가. 1950년대부터 1970년대까지

한국 최초의 만화원작드라마는 1955년 『여원』이라는 여성지에 첫 연재를 시작한 정경운의 <왈순 아지매>이다. 국민의 열광과 인기를 한 몸에 받았던 이 만화는 1963년 영화로 만들어지고 곧이어 1967년 TBC에서 드라마로 만들어지게 된다.[27] 그러나 본격적인 만화원작드라마의 등장은 1980년대 들어서면서부터라 할

26) 배정아, "출판만화 콘텐츠의 'OSMU'활성화 방안 연구-한국과 일본의 사례비교를 중심으로", 중앙대학교, 신문방송학과, 석사학위논문, 2006, p.37-39.

수 있다. 이현세의 『공포의 외인구단』이 이장호 감독의 영화로 만들어진 1986년 이후부터 만화에 대한 시선이 바뀌고 가능성이 높이 평가되기 시작했으며, 이후 만화 원작의 영상물이 대거 등장하는 계기가 되었다. 1995년 SBS는 허영만의 『아스팔트의 사나이』를 드라마로 제작 방송했다. 연출을 맡았던 이장수 감독은 원작에는 없던 형제애와 멜로라인을 추가했고, 만화 원작에 드라마적 요소를 더한다는 이러한 전략은 크게 성공하였다. 서사가 강한 허영만의 작품들은 이어지는 드라마에서도 강세를 보였다. 자동차산업을 소재로 한『아스팔트 사나이』나 직장 내에서 벌어지는 일과사랑, 음모와 갈등을 다루었던 『미스터Q』는 리얼리티를 강조하기보다는 만화 같은 상황과 설정을 생생하게 보여주었으며, 만화 주인공들처럼 과장된 표정과 오버액션으로 캐릭터를 표현했다.[28]

나. 1980년대부터 1990년대까지

<퇴역전선>, <폴리스>, <아스팔트 사나이>등 1980년대와 90년대 제작된 만화원작드라마들의 제목에는 공통점이 있다. 바로, TV 드라마와 '상관없는' 혹은 '관심 없는' 남성들을 TV 앞으로 불러 모으기 위한 하나의 작전이라는 것이다. 멜로, 연애, 불륜 등이 주요한 주제이던 드라마에 흥미를 느끼지 못하는 남성들은, 사극 정도를 제외하면 드라마를 열심히 시청하는 수용자가 아니었다. 하지만 다다익선의 산업전략을 추구하는 대중매체에서 남성 시청자는 반드시 필요한 시청층이었다. 이때 도입된 것이 남성들이 원래부터 즐겨보던 만화를 사용하는 전략이다. 원작 만화를 기초로 한 이야기를 뼈대로 하여, 남성 스타일의 드라마를 제작하는 것이다. 예상대로 남성 시청자들은 TV 앞으로 모여들기 시작했고, 이에 따라 드라마 수용자층도 확대되었다.

물론 여성적인 만화원작드라마가 전혀 없었던 것은 아니다. 김수정의 『일곱개의 숟가락』이라는 가족만화가 있었다. 이 만화를 원작으로 하여 제작되었던 가족드라마는 시청률은 좋지 못했지만 작품성에 있어 큰 성과를 거두었던 작품이었다.

---

27) 양희, "드라마, 만화에게 길을 묻다-만화원작드라마에 대하여", 지반환경이야기, 제9권, 제1호, 2008, p.37-38.

28) 강인성, "드라마 원작 만화-힘센 만화는 사방팔방으로 튄다", 「기획회의」, 171호, 2006.3, p.46.

또한 황미나 원작의 『우리는 길 잃은 작은 새를 보았다』 역시 드라마로 만들어졌지만, 시청률에 있어서는 철저히 외면당했다. 그러나 남성 스타일이 아닌 멜로나 트렌디 드라마에서도 만화 원작이 사용될 수 있다는 본보기가 되었다는 의미가 있다.[29]

다. 2000년대 이후부터 현재까지

한국만화원작드라마를 이야기 할 때, 2003년은 빼놓을 수 없는 중요한 해이다. 바로 드라마 <다모> 때문이다. '다모폐인'이라는 말이 나올 정도로 열광하는 시청자들이 생기기도 했다. 조선시대 여형사 이야기를 다룬 이 드라마 이후로 가히 '만화원작드라마'의 시대가 열렸다고 할 수 있다. 2004년에는 원수연의 『풀하우스』가 드라마로 만들어져 크게 인기를 끌었다. 이 드라마는 비와 송혜교라는 스타를 주인공으로 내세웠는데 원작의 캐릭터와는 전혀 다른 캐스팅으로 제작 초기부터 관심을 끌었다. 실제로 드라마 <풀하우스>는 원작 만화와 상당 부분 달랐고 드라마의 인기에 힘입어 원작에 대한 관심도 폭발적이어서, 전권 세트로 제작된 원작만화가 상당한 판매고를 올리기도 했다.[30]

<다모>와 <풀하우스>의 뒤를 이어 2005년에 만들어진 박소희의 <궁>은 만화원작이 가진 이색적인 설정 위에 호사스럽고도 아름다운 영상을 배경으로 TV가 가진 장점을 극대화시켰다는 평을 받았다. 그 뒤로도 <불량주부>, <키드갱>, <쩐의 전쟁> 등이 이어졌고 2008년에 이르자, 봇물처럼 '만화원작드라마'들이 쏟아졌다. KBS의 <바람의 나라>(김진 원작), MBC의 <일지매>(고우영 원작), SBS의 <비천무>(김혜린 원작), <타짜>, <식객>(허영만 원작), <대물>(박인권 원작) 등 공개된 것만 7-8편에 이른다. 이중에는 한국과 일본에서 동시에 방영 된다는 허영만의 <사랑해>(SBS)는 TVn에서 다시 제작되기도 했다.[31]

2009년 방송된 <꽃보다 남자>의 성공 이후, 만화를 원작으로 한 영상물에 대한 관심이 다시 한 번 높아졌다. 특히 드라마 왕국이라 불릴 정도로 많은 드라마를

29) 양희, 전게서, p.37-38.

30) 남승연, 전게논문, p.222.

31) 양희, 전게서, p.39.

제작하면서도 그 소재와 표현력 빈곤에 허덕이고 있던 시점이었던 탓에, 이 드라마의 성공은 더 많은 시사점을 제시하는 것처럼 보였다. 대중문화산업의 최전방에 서 있는 드라마는 소재나 시나리오의 빈곤에 허덕일 때 만화로 눈을 돌린다. 글과 그림으로 이야기를 전달하는 만화의 독특한 속성은 대사와 행동으로 이야기를 전달하는 영상매체의 특성과 유사하다. 글은 그대로 대사가 되고, 그림은 화면연출을 위한 콘티가 되어 시나리오나 대본 작업의 많은 수고를 덜어준다. 영상매체의 표현은 기술적인 한계를 가지고 있다. 그러나 만화는 현실의 제약을 훌쩍 뛰어넘는 무한한 상상력으로 영상매체가 지닌 기술적 한계를 극복할 수 있도록 도와준다. 무엇보다 만화는 막대한 제작비 때문에 소재 선택에 신중할 수밖에 없는 영상매체에 시장의 검증을 거친 원작을 제공해준다[32].

이상 만화를 원작으로 한 드라마의 제작 현황을 표로 정리하면 다음의 <표 2-1>과 같다.

<표2-1> 드라마화된 출판만화

내용 / 년도	만화 제목	작가	드라마 제목	출판사/연재잡지
1994년	폴리스	이현세	폴리스	
1995년	아스팔트 사나이	허영만	아스팔트 사나이	
1998년	미스터 큐	허영만	미스터 큐	
2003년	다모	방학기	다모	길찾기
2004년	풀 하우스	원수연	풀 하우스	서울문화사
2005년	불량주부 일기	강희우	불량주부	대원씨아이/데일리줌
2006년	궁	박소희	궁	서울문화사/윙크
	식객*	허영만	식객	김영사
	대물*	박인권	대물	삼양
	쇼콜라*	신지상/지오	쇼콜라	시공사
	게임방 손님과 어머니*	가션	게임방 손님과 어머니	서울문화사/윙크
2007년	쩐의 전쟁	박인권	쩐의 전쟁	도서출판 우신
	키드갱	신영우	키드갱	삼양출판사
	위대한 캣츠비	강도하	위대한 캣츠비	애니북스/포털사이트 다음
	비천무	김혜린	비천무	대원씨아이
2008년	사랑해	허영만	사랑해	김영사
	일지매	고우영	일지매	애니북스

*출처: 만화산업백서, 2008.

32) 김영사, "허영만표 만화와 환호하는 군중들", 한국만화문화연구원, 2004, p.182.

만화는 출시되는 기간이 길어서 오랜 시간을 두고 스토리 등을 검증할 수 있다는 장점이 있기에 영상제작자들에게는 매력적인 영역이기는 하지만, 원작만화의 내용을 너무 고집하면 영상화 했D하지만흥행과 동떨어진 결과를 얻을 수 있다는 우려도 나오고 있다. 만화라는 영역과 영상물이 영역을 잘 조화시켜야흥행과 동영상화가 빛을 보게 될 것이다.

제3절 문화융합

1. 문화융합과 세계화

세계화는 근대문화의 중추를 이루며, 문화적 실천은 세계화의 중심에 놓여 있다. 문화융합과 세계화는 모두 과정적인 개념으로 이해할 필요가 있는데, 두 가지 모두 문화와 문화정체성의 변동(과정)을 설명하는 개념으로 사용되고 있다. 문화융합은 세계화에 따른 시·공간적 경계의 약화에 의해 과거에는 배타적 지역성만을 지녔던 각각의 문화들이 상호침투, 이식, 변형, 수용과정을 거치며 융합되는 현상을 의미한다.[33] 세계화라는 용어는 단순히 정보가 동시에 전 세계로 유통되는 현상을 지칭하는 것 이상의 의미를 가지고 있다. 기든스(Giddens)는 세계화를 "국지적으로 일어나는 지역 사건들이 멀리 떨어진 곳에서 일어나는 사건들에 의해 영향을 받는 방식으로-그 역도 마찬가지다- 원거리 지방들을 서로 연계시켜주는 전 세계적 사회관계의 심화"라고 정의한다.[34] 이는 과거 문화제국주의 등의 논의와는 달리, 현재 일어나는 글로벌한 문화의 형성경로가 동일하지 않음을 의미한다. 또한 글로벌 문화는 결코 어느 것이 지배문화이고 또한 어느 것이 종속문화라는 위계를 설정하지 않을 뿐만 아니라 각 문화의 흐름 역시 독자적인 자율성과 궤적을 가지고 있음을 중요시한다.[35]

문화융합에 대한 논의는 주로 문화제국주의와 발전주의 그리고 문화적 다원주의를 중심으로 진행되어 왔다. 근대적 사고틀 속에 있는 문화제국주의 입장에서 보면 세계문화에 대한 해답은 비교적 분명하다. 우선, 미디어 기업의 세계화가 문화의 세계화를 가져온다고 결론짓는다. 한 사회 내에서 문화적 동질성을 초래한 매스미디어는 이제 전 세계로 확장되고 있으며, 이것은 세계문화의 동질성을 가져온다는

---

33) 조대현, "문화융합 매체로서 애니메이션 특성에 관한 연구-「천공의 성 라퓨타를 중심으로」", 만화애니메이션연구 통권 제3호, 1999, p.12.

34) 김승현, "매스미디어와 세계문화: 이론적 고찰", 임상원·최현철 편,「한국사회와 언론」, 나남, 1996, p.606.

35) 박길성, "근대성에서 세계성으로", 김경원·임현진 공편, 「세계화의 도전과 한국의 대응」, 나남, 1995, p.86.

주장이 성립된다. 다른 하나로 근대성의 지속 및 확장을 들 수 있다. 2차 대전 이후 서구사회에 의해 기획된 제3세계 근대화 논리는 오늘날 후기 산업사회 또는 정보시회에도 계속되고 있다고 주장한다. 산업혁명 시대부터 1950년대까지의 기계공업에서 현재의 정보상품으로 항목이 변했을 뿐이며, 서구는 근대화되었고, 제3세계는 그것을 이상향으로 삼아 따라가야 한다는 논리는 변함이 없다는 것이다.[36]

하지만 문화의 개념을 정적인 것이 아닌 역동적인 개념으로 본다면 문화제국주의의 논거는 약화된다. 외국문화에 의한 민족문화의 지배현상으로서의 문화제국주의는 어떤 국가 내에 한가지의 유일한 문화만이 존재할 때 논의될 수 있는 담론이다. 사실 문화제국주의의 기본적인 가정은 '어떻게 우리가 생활하느냐'가 '어떻게 남들이 생활하는가'에 의해 영향을 받는 것을 의미하는 것이기 때문에 정적인 개념으로서의 문화만을 생각한다면 특정 국가 또는 민족의 문화정체성은 보다 강력한 영향을 행사하는 외부 문화에 종속당할 수밖에 없고 따라서 '우리의 생활'은 '남들의 생활'에 의해서 지배당할 수밖에 없는 것이다.[37]

이러한 문화제국주의 논의에 비해 이 논문에서 의미하는 문화융합은 동질화된 것으로서의 문화가 아니고, 이질적인 것의 공존으로서의 문화를 의미하는 것이다. 이런 문화현상은 근대적 사고틀로는 설명이 불가능한 새로운 개념이다. 이런 관점에서 '문화융합' 또는 '세계문화'의 개념은 문화제국주의 입장에서 보면 탈세계화를 의미한다고 할 수 있다.[38]

포스트모던적 틀에서는 커뮤니케이션 테크놀로지의 발달을 통해 매개되는 문화융합 또는 세계문화의 개념을 문화제국주의 이론과는 다르게 설정하고 그 성격에 대한 인식론적 차이를 보인다. 포스트모던 입장에 서 있는 연구자들은 세계차원에 동질적으로 존재하는 세계문화의 존재 가능성에 대해 회의적이다. 문화를 국가의 범주 내에서 발생하는 삶의 양식으로 규정할 경우, 세계문화가 있기 위해서는 세계국가란 것이 존재해야 하기 때문이다. 이들은 문화의 개념을 국가간 상호배타적으로 볼 것이 아니라 과정적으로 파악할 것을 요구한다. 즉, 다양한 형태를 가지고 있는 고유문화들이 발달된 매스미디어에 의해 초국가적 및 초사회적 문화교류의

36) 김승현, 전게논문, p.616-617.

37) 조대현, 전게논문, p.14.

38) 김승현, 상게논문, p.626.

과정 속에 있다고 보자는 것이다. 따라서 세계 각국의 문화교류 현상은 통합과 해체, 세계화와 지역화의 과정 속에 있는 것이지 이분법으로 규정지을 수는 없다고 본다.[39]

문화융합은 세계의 다양한 문화들 사이의 그 경계성이 허물어지고 표출되면서 다양한 이질적인 것들이 동시에 공존하는 상태를 의미한다. 매스미디어를 통한 세계적 차원의 대중문화 현상은 단일문화로의 세계동질화라는 근대적 개념이라기보다는 다양한 문화가 상호인정 받고 동시에 공존하는 포스트모던 철학을 바탕으로 한 개념이다. 이것은 문화의 새로운 세계질서의 구축을 의미한다.[40]

2. 문화과정의 글로벌-로컬 역학

다양한 문화들이 공존한다고는 하지만, 문화융합의 과정은 시간과 공간에서 동질적이지 않은 과정이다. 이러한 과정은 최근에 보다 가속화되었으며, 세계 모든 곳에서 동일하게 경험되지 않는다. 문화융합의 과정에 있는 이러한 역학은 이원성(dualities)과 이분법의 양 극단간 관련 상호작용을 포함하고 있는데, 이를 유형별로 정리해보면 다음과 같다.[41]

첫째, 보편화 대 특수화의 문제이다. 세계화는 현대 사회생활의 특정 측면들을 보편화 시키는 반면, 동시에 독특함 또는 차별성을 명료하게 하기 위한 노력이 고무되도록 "위치(locale)" 와 "장소(place)" 모두를 상대화시킴으로써 특수화를 고양한다. 예를 들어 생산과 경영과정, 소비자 경향 등은 보편성이 더 강해지고 있지만, 그 안에서도 다양한 형태의 민족주의나 분리주의 운동 또한 함께 벌어지고 있다.

둘째, 균질화 대 차별화의 문제이다. 세계화는 표면의 외양과 전 세계적인 현대 사회생활의 제도에 대한 특정한 동일성을 가져온다. 반면 역시 지역적 상황과 관련해 세계의 결합과 재접합(re-articulation)을 포함한다.

---

39) Mike Featherstone, "Global Culture: An Introduction." in M. Featherstone, Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity. A Theory, Culture & Society Special Issue(London, Newbury Park and New York: sage, 1990), p.1-14.

40) 김승현, 전게논문, p.628.

41) Mel van Elteren, "Conceptualizing the Impact of US Popular Culture Globally", Journal of Popular Culture, Vol.30, No, Summer 1996, p.55-56.

셋째, 통합 대 분열의 문제이다. 세계화는 지리적 경계를 뛰어넘어 인간을 통합시키는 지구적 지역적이며 초국가적인 공동체 또는 조직의 새로운 형태를 이끌어내지만 또한 민족국가 경계 안과 밖 모두에서 공동체를 분리하고 파편화시키는 듯하다. 예를 들어 "타자(others)"가 보다 인접해 갈수록 민족적 인종적 분리들은 보다 뚜렷해진다.

넷째, 중심화와 탈중심화의 문제이다. 세계화는 권력 지식 정보 자본 등의 증가하는 중심화(예를 들어 초국가적 정치조직체)를 촉진하지만 또한 그들의 상황과 더 나은 발전에 영향을 주는 동력에 대한 보다 많은 힘을 얻으려고 하는 지역적 실체, 공동체 그리고 그룹으로서 탈중심화하는 역학을 발생시킨다.

다섯째, 병치 대 융화의 문제이다. 세계화는 다른 문화, 삶의 방식 그리고 사회적 관행들의 병치를 가져온다. 이것은 경계를 강화하고 사회- 문화적 차별성과 편견을 명료하게 하지만 동시에 관념, 지식, 가치, 생활양식 등의 혼성화가 발생하는 공유된 문화 정체성과 사회공간을 만들어낸다.[42]

이처럼 글로벌과 로컬의 관계는 상호배제적이라기보다는 동전의 양면과 같은 상호작용의 관계에 있다고 할 수 있다.

3. 글로벌 융합 시대의 문화환경 변화 양상

글로벌 융합 시대의 문화환경 변화는 세계화와 디지털 융합으로 인해 나타나는 변화와 그 궤를 같이 한다.

세계화로 그동안 달랐던 사회가 전세계적으로 밀접한 관계를 갖게 되어 전 세계 국가 간, 사회 간의 문화교류가 활발하게 되었다. 이로 인해 전세계 국가들은 국경을 초월하여 서로 영향을 주고받게 되었다. 국가 간 상호교류는 세계 각국으로 하여금 다양한 문화를 경험할 수 있게 하였지만 문화의 무국경화로 인해 지역문화의 고유성이 소멸되거나 문화적 정체성을 위태롭게 하였다. 특히 세계무역기구(WTO)에서 문화를 다른 상품과 마찬가지의 교역대상으로 간주하면서 문화역시 자본주의 논리에 의해 소비되게 되었고 강대국의 문화흡인력으로 인해 문화 소비의 획일화

42) 조대현, 전게서, p.15-16.

문제가 대두되었다.

문화 획일화에 따른 문화 다양성의 소멸 위기의식이 확대되면서 유네스코[43]를 비롯하여 세계 여러 나라들은 자국 문화의 정체성 확립과 함께 세계 각국의 문화 이해를 위한 문화시설을 건립하는 등의 노력을 펼치고 있다.[44]

세계화와 더불어 디지털 기술의 발달 역시 사회와 문화에 혁명적인 변화를 일으키고 있는데 디지털 기술의 발달로 인한 가장 큰 변화는 개인으로서 인간이 문화의 생산과 소비의 주체로 거듭났다는 것이다. 디지털 기술의 발달은 통신과 방송 그리고 유·무선 네트워크를 융합하여 '통합 멀티미디어'를 탄생 시켰고 '통합 멀티미디어'는 궁극적으로 개인이 보다 자유로운 환경에서 원하는 행위를 할 수 있게 만들었다. 즉, 소비자의 선택권이 일대 확장되어 사람들은 과거 일방향 공급에 따른 수동적 소비가 아닌 개인의 취향과 목적에 따라 콘텐츠를 선택하고 소비하게 되었다. 또한 손쉬운 콘텐츠 편집도구와 인터넷의 발달로 사람들은 개인의 관심과 취향에 따라 콘텐츠를 제작하고 다른 사람들과 공유하기 위해 공동체를 형성하는 등 적극적으로 즐거움을 추구하는 문화소비자[45]로 거듭나고 있다.

요컨대 세계화와 디지털 기술의 발달로 인해 새로운 문화 생산·유통·소비 환경이 조성 되었는데 이러한 변화는 근현대 사회에서는 상상할 수 없었던 혁명적인 변화이다.[46]

---

43) 문화의 중요성과 발전방향에 대해 세계적 논의를 주도하고 있는 유네스코는 2001년 개최된 제31차 유네스코 총회(2001.10.15-11.3, 파리)에서 문화다양성 선언을 채택하였는데 무엇보다 현재 급속하게 진행되고 있는 세계화 과정이 문화정체성과 창조성의 새로운 범위를 넓혀갈 수 있는 동시에 위협도 내포하고 있는 만큼 문화의 다양성 진흥이야말로 이러한 시점에 있어 반드시 필요하고 강화되어야 한다고 표명하였다. 양건열, 「문화정체성 확립을 위한 정책방안 연구」, 한국문화정책개발원, 2003, p.3.

44) 과거의 문화시설은 자국의 문화적 우수성을 드러내는데 중점을 두는 경향이 많았으나 세계화로 인해 문화 획일화에 대한 위기의식이 확대되면서 세계 문화의 이해를 통해 한 나라의 정체성을 확인하고 확립할 수 있는 기반 시설로 변화하고 있다. 위의 책, p.299.

45) 프로슈머(prosumer)라고도 한다. 프로슈머란 생산자(producer)또는 전문가(professional)와 소비자(consumer)가 결합되어 만들어진 신조어이다. 생산자와 소비자가 결합되었다는 것은 소비자이기는 하지만 제품생산에도 기여한다는 의미이며, 전문가와 소비자가 결합된 경우는 비전문가이지만 타 전문가의 분야에 기여한다는 의미이다.

46) 오정심, "글로벌 융합시대의 문화시설 운영방안 연구", 문화체육관광부 아시아문화중심도시추진단 연구원, 인문콘텐츠 제15호, p.80-82.

4. 시각매체에서 아시아문화의 근접성

세계화는 어떤 하나의 스타일에만 고정되는 것이 아니라, 각각의 나라마다 민족이 갖는 풍요로운 문화를 존중하여 다른 문화와 접촉하는 일에서부터 시작된다.[47]

1990년대 이전까지 동아시아 지역 내 국가들간의 미디어 유통은 매우 미미한 수준에 머물러왔다. 동아시아 국가들 사이의 상이한 정치 및 경제 체제, 식민지의 역사경험 등과 같은 역사적·사회적 맥락들은 문화적 교류의 단절과 차이를 가져온 중요한 요인이라고 할 수 있다. 텔레비전을 비롯하여 미디어는 다양한 형태의 상호 갈등과 분쟁 속에서 자국의 정체성과 독립을 유지하기 위한 중요한 이데올로기적 도구로 인식되었고, 따라서 동아시아의 여러 나라들은 미디어에 대한 강경한 통제 정책을 고수해왔다.

그러나 1990년대 이후 세계화의 물결 속에서 동아시아의 국가들은 사회전반에 걸쳐 큰 변화를 경험하였다. 아울러 중산층이 부상하고 물질적 성장에 부응하는 새로운 문화적 욕구들이 생겨나게 된 것도 중요한 변화 중의 하나이다.[48] 이러한 변화들은 동아시아의 미디어 지형이 바뀜에 따라 함께 일어났다. 동아시아의 미디어 유통은 모든 매체와 장르를 아울러 전면적으로 이루어지기보다는 특정 장르와 포맷을 중심으로 선별적으로 이루어지고 있다. 텔레비전 유통이 가장 큰 비중을 차지하고 있고 특히 드라마 장르의 비중이 높다.[49]

아시아에서도 문화교류의 핵심 중추를 차지하는 것은 한국과 중국과 일본의 세 나라라 할 수 있다. 한·중·일은 지리적으로 근접한 위치에 놓여있으며, 한자와 불교, 유교라는 아시아의 공통된 문화 특성을 지니고 있기 때문에 정서적으로나 문화적인 근접성을 갖고 있는 경우가 많다. 한·중·일 드라마에 나타난 문화적 근접성의

---

47) 우선제, "Web site 제작에 있어 문화적 정체성 구현에 관한 연구", 이화여자대학교 디자인학과, 석사학위논문, 1999, p.55.

48) Chang, Y. I. "From Globalization to Localization: The World's Leading Television News Broadcasters in Asia." Asian journal of communication, 11(1), 2001, p.1-24.

49) 양은경, "동아시아의 트렌디 드라마 유통에 대한 문화적 근접성 연구", 방송연구 여름호, 2003, p. 208.

범주를 크게 두 가지로 구분하면 다음과 같다.

첫째, 드라마 구성요소의 유사성이다. 드라마 구성요소의 유사성은 드라마의 주제, 이야기 구성 방식, 종결형태, 시공간 배경 등에서 나타난다. 세 나라 드라마는 주 수용자인 젊은이에게 소구할 수 있는 사랑, 우정, 야망을 소재로 젊은이의 갈등을 보편적 이야기 구조인 기승전결로 풀어냄으로써 유사한 가상을 자아낸다. 실제로 많은 인기 드라마들이 현대를 살아가는 젊은이들의 이야기를 다루고 있다는 점에서, 아시아 세 나라의 근대적 욕망이 드라마로 표현되는 방식에 어느 정도의 공통점이 있는 것으로 판단된다.

둘째, 문화적 가치의 유사성이다. 문화적 가치의 유사성은 주인공의 성격, 인간관계, 가치관, 일상적인 삶의 방식에서 드러나는 사회적 정서와 규범 및 전반적인 가치체계의 유사성을 의미한다. 세 나라 사람의 세계관, 가치관, 심미, 감정과 기호, 그리고 기본적 의식주 습관 등 문화측면에도 많은 공통점이 있다.

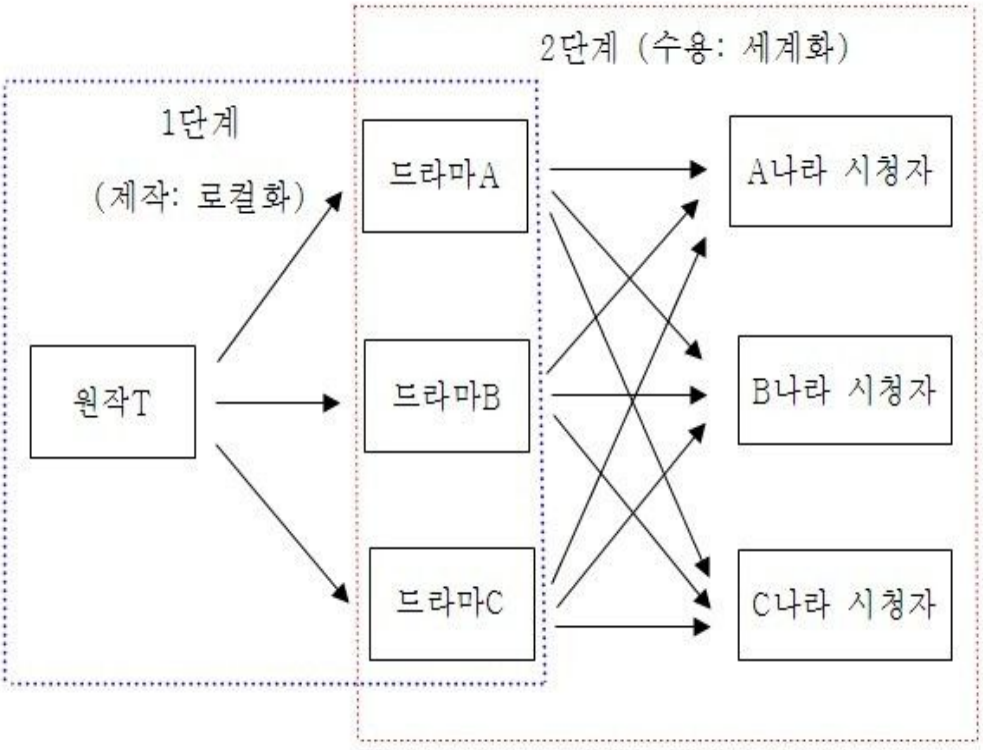
제3장 연구방법

제1절 연구대상

다매체시대로 접어들면서 특정 미디어가 이미 한 번 다루었던 작품들을 다른 매체가 다시 활용하는 매체전환 현상이 확대되고 있다. 특히, 인쇄매체가 TV드라마나 영화 등의 제작으로 이어지는 경우가 많다. 1980년대부터 많은 원작 만화들이 드라마화되어 시청률 면에서도 커다란 성공을 얻으며 이와 같은 현상을 활성화 시켰고, 특히 일본 출판 만화원작 <꽃보다 남자>의 경우 아시아 3개국에서 각각 드라마화된 경이로운 기록까지 세우게 됐다. 이로 인해 만화원작드라마 영역 기록까지 연구와 관심들이 점점 높아졌다. 매체 전환의 시각으로 바라본 만화와 드라마의 매체특성 비교 연구도 있고, 문화 콘텐츠 개발의 시각으로 만화원작의 활성화 개선방향을 논의한 연구도 있으며, 디자인의 측면에서 만화원작드라마 속 패션 디자인의 개발과 선호색채 등에 관한 연구들도 있다. 본 논문은 문화융합의 시각으로 만화원작드라마의 제작과 수용과정 중의 문화융합을 고찰하기 위해, 다음과 같이 연구 모델을 설정했다.

일본 인기 만화 <꽃보다 남자>(아래 표의 '원작 T')는 대만판(드라마A), 일본판(드라마B), 한국판(드라마C) 등 세 가지 판본으로 제작되었다. 본 연구에서는 이 <꽃보다 남자>의 드라마화에서 나타나는 문화융합과정을 고찰할 것이다. 특히 한·일 양판본의 <꽃보다 남자>를, 아래의 <그림 3-1>과 같은 문화융합과정의 모델을 적용하여 설명할 것이다. 이 모델은, 원작 드라마가 드라마화 되는 과정에서 시공간적 차이를 두고 문화융합이 일어난다고 가정한다. 따라서 만화 원작을 바탕으로 드라마가 제작되는 과정, 그리고 제작된 드라마가 방송된 후의 시청자 수용 과정의 두 가지 단계로 나누어서 설명해보고자 한다.

<그림3-1> 만화원작드라마의 융합과정



제2절 구체적인 방법

<꽃보다 남자>는 만화를 원작으로 하여 세 나라에서 드라마로 제작되었다. 본 연구에서는 한국과 일본에서 각각 드라마화된 <꽃보다 남자>를 중심으로, 문화융합과정의 모델을 다음 두 가지 단계로 설명할 것이다.

1단계에서는 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>에 대해 각각 내용분석 방법을 사용할 것이다. 특히 만화 원작 <꽃보다 남자>가 일본판과 한국판 드라마로 제작되는 과정 중에 각 나라의 대표적인 전통문화와 융합되는 현상을 분석할 것이다.

2단계에서는 조선대학교와 남경대학교에 재학 중인 중국 학생 중에서 한·일 양판본 <꽃보다 남자>를 모두 시청한 10명을 대상으로 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>에 대한 심층인터뷰를 실시할 것이다. 인터뷰는 2009년 9월 14일부터 11월 7일까지의 기간 동안 개별적으로 실시되었으며, 직접 면접과 인터넷 채팅의 방식으로 한 사람 당 평균 30분에서 1시간 정도 소요되었다.

연구방법을 이렇게 설정한 이유는 다음과 같다.

먼저, 시간과 공간의 제한 때문에 한 나라의 시청자만을 집중적으로 살펴보는 것이 연구 목적에 부합한다고 판단하였다. 그리고 대만판은 너무 일찍(2001년) 제작되어, 한·일 양판본과 비교가 어렵다고 생각되어 연구에서 제외했다. 그리고 최근의 중국판(호남TV판)은 만화원작에 비해 줄거리가 많이 다를 뿐만 아니라, 2009년 여름부터 중국에서 방송을 시작했기 때문에 전편을 모두 시청한 대학생이 거의 없다. 또한 대만판과 중국판은 모두 중국 시청자들에게는 외국의 문화로 인식되지 않는다는 점도 연구대상에서 제외된 이유다.

둘째, 설문조사 방법보다는 심층 인터뷰 방법이 수용자의 시청 과정에서 나타나는 복잡한 문화융합 현상을 알아보는데 더 적절하다고 판단했다. 우선 두 편의 드라마를 모두 본 수용자의 수가 제한적일 수밖에 없으며, 이 중에서 실제로 접근 가능한 표본의 수는 극히 제한적이었다. 필자가 지금 다니는 한국조선대학교와 중국 남경대학교에서 찾아낼 수 있는 한·일 양 판본 <꽃보다 남자>를 모두 본 사람의 수가 그리 많지 않기 때문이다. 그래서 최종적으로 심층인터뷰 방법을 사용하기로 결정하였다. 심층인터뷰는 피인터뷰자와 일대일로 직접적인 이야기를 나누고 피인터뷰자의 태도와 생각을 더 구체적이며 심층적으로 알 수 있다는 강점이 있다. 또

한 문화에 대한 인식과 의미가 구성되는 복잡한 과정을 더 구체적으로 드러내기 위해서는 양적 설문지 방법보다는 심층 인터뷰가 더 적절한 방법이라고 판단했다.

인터뷰 대상에 대한 기본적인 정보는 다음의 <표 3-1>과 같다.

<표3-1> 인터뷰 대상 목록

번호	이름	성별	나이	소속	인터뷰 날짜	특징 비고
1	陈意涵	여	23	남경대학교	9월14일	▶미술 전공 ▶고등학교 때부터 일본 만화에 관심
2	费晨曲	남	25	조선대학교	9월16일	▶경영학 전공 ▶일본 스타에 큰 관심
3	王 磊	남	25	조선대학교	9월16일	▶경영학 전공 ▶일본 스타와 일본 전통문화에 큰 관심
4	曾 敏	여	26	조선대학교	9월19일	▶컴퓨터공학 전공 ▶한류 스타와 대중음악에 관심
5	唐 群	여	24	남경대학교	9월20일	▶일본어 전공 ▶일본어와 한류 스타일에 관심
6	王 娜	여	22	남경대학교	9월25일	▶한국어 전공 ▶대학 재학 후부터 한일 드라마를 열심히 시청
7	唐 笑	여	22	남경대학교	9월29일	▶일본어 전공 ▶일본 스타와 일본 전통문화에 큰 관심
8	朱 昱	남	24	남경대학교	10월5일	▶디자인 전공 ▶한일 대중문화에 관심
9	周淼淼	여	23	조선대학교	10월31일	▶전자공학 전공 ▶일본 드라마와 한국 대중문화에 관심
10	具香美	여	25	조선대학교	11월7일	▶신문방송학 전공 ▶한국 대중문화에 관심

제4장 드라마 제작 과정 중의 로컬화

제1절 <꽃보다 남자> 의 드라마화

본 장에서는 <꽃보다 남자>의 만화원작이 일본판과 한국판 드라마로 제작되는 과정 중에 각각 대표적인 전통문화와 융합한 현상을 분석할 것이다. 즉 앞 장에서 설명했던 연구 모델 중에 드라마 제작 과정 중의 로컬화 과정에 집중한다. 먼저 만화 <꽃보다 남자>에 대한 간단한 설명 이후에, 그 만화의 내용이 세 나라에서 드라마화되는 과정을 살펴본다.

1. 만화 <꽃보다 남자>

이 만화 원작의 연재는 1992년 일본만화잡지 <월간 마가렛>에서 시작되었다.[50] 연재기간이 길었던 탓인지, 그 팬 층의 연령대도 폭넓다. 2005년 9월의 시점에서 발행부수 4800만부와 소녀만화 역대 2위의 기록을 자랑하고 있었지만, 드라마로 대히트한 후 같은 해 12월에는 발행부수를 5800만부까지 늘려 일본에서 가장 많이 팔린 순정만화가 되었다.[51]

<꽃보다 남자>의 줄거리는 코미디가 가미된 전형적인 연애 이야기의 공식을 따른다. 유복한 학생이 많은 학원에 뜬금없이 뒤섞여 입학해 버린, 서민적인 여주인공 '마키노 츠쿠시'와 갑부인 'F4', 이 정반대의 환경에서 자라난 사람들이 만들어가는 이야기이다. 츠쿠시는 평범한 가정에서 자라 평범한 중학교를 다녔지만 어머니의 허영심으로 명문 '에이토쿠 학원'에 입학한다. 도묘지 츠카사, 하나자와 루

50) 초반부터 소녀들의 열렬한 지지를 얻은 '꽃남'은 이후 12년간 연재되면서 36권의 단행본으로 출간됐다. 단행본은 일본 내에서만 5800만 부가 팔려나가 역대 순정만화 판매순위 1위 자라를 차지했다. 미국, 프랑스 등 세계 14개국으로 수출됐으며, 한국에는 90년대 중반 '오렌지 보이'라는 해적판으로 출간됐다가 97년 정식 단행본으로 발행돼 150만 부가 팔렸다.

51) 발행 부수는 미디어에 따라 다소 다르다.

이, 니시카도 소지로, 미마사카 아키라는 에이토쿠 학원을 좌지우지하는 학생들로 Flower 4, 줄여서 "F4"라고 불린다. 정의감이 강한 츠쿠시는 F4의 횡포에 화가 나지만 눈에 띄는 것이 싫어 조용히 지낸다. 어느 날, 산죠 사쿠라코가 F4 리더인 도묘지의 옷에 주스를 쏟고, 사쿠라코는 왕따를 당한다. 사쿠라코를 안쓰럽게 여긴 츠쿠시는 F4에게 분노하고 도묘지에게 맞선다. 결국 츠쿠시의 사물함에 F4의 선전 포고인 레드카드가 달리고 츠쿠시는 전교에서 왕따를 당한다. 하지만 이를 계기로 츠쿠시는 좌절하기보다는 본연의 정의감을 깨닫고 도묘지에게 맞서기로 한다.

이러한 줄거리에서 쉽게 짐작할 수 있듯이, 원작 <꽃보다 남자>는 학교생활을 주로 다루었기 때문에 문화적인 배경에 대한 구체적인 설명이 없다. 이는 인쇄 만화 자체의 특성이기도 한데, 줄거리 전개상 이야기 전달과 분위기를 나타내기 위한 방식으로 문화 내용이 표현되는 정도에 그친다. 만화는 한 컷 한 컷의 연속 그림들을 통해 스토리를 진술하는 예술이다. 만화작가들이 만화를 제작할 때 매 컷의 공간은 제한되어 있기 때문에, 통상 인물의 표정과 행동, 그리고 간단한 대사만을 통해 줄거리를 전달하고 독자에게는 큰 상상공간을 남긴다. 만화 <꽃보다 남자>도 만화 자체의 특성에 따라, 매 컷의 인물을 제외하고는 배경부분들을 간단히 묘사하였고, 문화를 구체적인 표현하는 장면도 거의 없다. 만화 <꽃보다 남자> 중에 나타난 문화에 관한 장면을 찾아보면 다음 몇 가지와 같다.

가. 음식

만화 <꽃보다 남자>에 나타난 음식은 일본 전통요리와 서양요리 두 종류이다. F4의 부유한 생활을 나타내기 위해서, F4가 고급 식당에 가고 파티를 열고 양주와 양식을 많이 먹는 모습이 자주 묘사된다. 그리고 설령 집에 있더라도 일본 전통음식을 먹지 않는다. 만화 중에서 도묘지가 일본음식을 먹는 장면으로 유일한 것은, 츠쿠시가 감기에 걸린 후에 도묘지가 츠쿠시의 집을 방문해서 그의 가족과 함께 밥을 먹는 장면이다(제2권 제70쪽). 츠쿠시의 부모님은 딸을 재벌과 결혼시키고 싶어서 도묘지를 정중하게 초대한다. 다음 그림에 나타나는 생선, 삶은 토란 뿌리, 그리고 미소시루, 이것은 츠쿠시 집에서 준비할 수 있는 가장 풍성한 일본요리이다. 일본음식이 구체적으로 표현된 장면은 전체 중에 이 순간이 유일하다.

<그림4-1> 풍성한 밥상

나. 옷

<꽃보다 남자>는 귀족고등학교에서 발생하는 스토리이기 때문에, 만화 중에 F4는 교복을 입지 않는 특권을 지니지만 여주인공과 친구들은 대부분 시간에 교복을 입는다. 일본 전통의상 기모노를 입은 장면은 한 번 나타난다(제11권 제3쪽). 이는 츠쿠시가 TOJ(Teen of Japan) 시합[52]을 위해 앉는 방법의 예절을 배우는 장면이다. 그러나 이 장면에서도 전통의상에 대한 자세한 표현과 묘사는 거의 없다. 다음 그림 <4-2>에서 왼쪽은 츠쿠시가 교복을 입은 장면이고, 오른쪽은 기모노를 입은 장면이다.

<그림4-2> 교복과 기모노

52) TOJ: "Teen of Japan", "일본제일 여고생 선발시합"이다. 고등학교 여학생에 대해 지식, 지혜, 능력, 그리고 다도, 화도 등 일본 전통문화에 관한 시합이다.

다. 건물

만화에 건물이 배경으로 등장할 때는 대부분 간단히 언급만 하고 지나가고 건물의 모양과 의미는 자세히 묘사되지 않는다. 왜냐하면 독자가 줄거리에 우선적으로 관심을 갖기 때문에 배경건물을 꼼꼼하게 감상하지는 않기 때문이다. 만화 <꽃보다 남자> 중의 건물도 이런 경우와 같다. 구체적으로 묘사하는 장면이 거의 없고, 특색 있는 건물들이라 해도 유럽식 스타일의 건축물이 많다. 남주인공의 집, 파티를 개최한 장소 등이 모두 유럽식 건물이다. 다음 그림은 츠쿠시가 친구와 함께 수학여행을 떠난 장면이다(제2권 76쪽). 배경건물은 일본의 전통적인 신사이다.

<그림4-3> 수학여행

이상 살펴본 것처럼, 만화원작은 공간 자체의 제한 때문에 문화적 장면이나 배경에 대한 구체적인 묘사와 표현이 거의 없고 줄거리의 전달과 표현에 집중한다. 그래서 독자가 만화를 통해 문화에 대한 인지도와 인상도를 갖게 되는 비율이 상대적으로 낮다.

그러나 이러한 만화 원작이 드라마로 표현 양식이 바뀌면, 원작의 이야기를 실마리로 삼아 응용하면서도 만화 자체의 제한점을 넘어 여러 문화를 융합하는 방식으로 창조적인 이야기를 꾸미다.

2. 한 · 중 · 일 삼국의 <꽃보다 남자> 드라마화

이 부분에서는 <꽃보다 남자> 원작 만화가 아시아 각국에서 드라마화 되는 과정을 간단히 살펴보고자한다.

만화 <꽃보다 남자> 콘텐츠의 무한 확장은 잘 만들어진 콘텐트 하나가 지닌 힘이 어디까지인가를 보여주는 대표적인 사례로 꼽힌다. 이 만화를 바탕으로 만들어진 드라마 시리즈만 4편(중국 호남TV판 포함), 영화가 2편, 애니메이션이 2편, 소설이 1편에 이른다.

왜 이 만화는 세 나라에서 모두 드라마로 제작될 정도로 인기가 많은 것일까? 원작의 스토리가 좋고 배우들이 잘생겼고 볼거리가 많다는 점 외에, 아시아 지역의 '문화의 근접성' 을 인기 요인 중의 하나로 볼 수 있을 것이다. 한 · 중 · 일 세 나라는 지역상의 근접성 뿐 아니라, 세계관, 가치관, 심미, 감정과 기호, 그리고 기본적인 의식주 습관 등 문화 측면에도 많은 공통점이 있다.

일본판 드라마 <꽃보다 남자>가 인기 절정이던 1995년, 일본에서 첫 번째 영화가 제작됐고, 이듬해에는 朝日TV에서 51화짜리 애니메이션이 방영됐다. 1997년엔 극장판 애니메이션도 나왔다. 그러나 <꽃보다 남자>를 최초로 드라마화한 것은 일본이 아니라 대만이었다. 2001년에 대만 CTS사에서 방영된 드라마 '유성화원'(流星花园)은 당시까지의 대만드라마 역대 최고시청률을 갱신했다. 인기에 힘입어 2002년에는 드라마 '속 유성화원'(流星花园续集)이 만들어졌다. 헨청쉬(言承旭) · 저우위민(周渝民) 등 대만의 'F4'는 드라마 캐릭터를 그대로 차용해 가수로 데뷔했는데, 2001년 앨범 '유성우'(流星雨)는 아시아전역에서 400만 장 이상 팔렸다.

2005년에는 일본 TBS에서 마쓰모토 준(松本潤) · 이노우에 마오(井上真央) · 오구리 슌(小栗旬) 주연의 드라마로 제작돼 같은 분기 드라마 시청률 1위(19.8%)를 기록했다. 2007년 만들어진 드라마의 두 번째 시즌 <꽃보다 남자 리턴즈>는 21%의 시청률로 1편의 인기를 뛰어 넘었다. 그 여세를 몰아 드라마 주인공들이 그대로 참여한 영화 '꽃보다 남자 파이널'이 개봉했다. 이 영화는 약 80억 엔의 극장수익을 거두면서 2008년 일본영화 흥행순위 2위에 올랐다. '꽃보다 남자'라는 기묘한 제목은 일본어로 '하나요리당고(花よりダンゴ)'라고 읽는데, '꽃보다 경단(花より団子)' '(금강산도 식후경'이라는 의미)'이라는 일본속담을 패러디한 일종의 '말장난'

이다.[53]

한국 KBS에서 드라마로 제작된 <꽃보다 남자>는 현실성이 떨어지는 스토리와 돈, 외모지상주의 등으로 막장드라마라는 비난을 받았음에도 인기리에 방영됐다. 이 드라마 인기의 중심에는 꽃미남 4인방인 F4가 있다. 첫 방영 때만 하더라도 무명에 가까웠던 그들이었지만 만화에서 바로 튀어나온 것 같은 외모와 캐릭터로 여성 팬들의 사랑을 독차지하면서 스타급 출연자를 쓰지 않고도 성공할 수 있다는 새로운 가능성을 보여줬다는 측면에서는 긍정정인 평가를 받기도 했다.[54] 방영 3개월 만에 방송 역사에 획을 긋는 드라마로 자리잡았다. 숱한 신예 스타를 발굴했으며, 한국을 '꽃남 따라잡기 신드롬'에 빠뜨렸다. 첫 회 14.3%로 출발한 드라마는 3회만에 20%를 넘겼고 10회에서는 30%를 돌파했다. KBS 측은 '꽃남'의 드라마 다시보기 서비스 이용 실적이 역대 최고라고 밝혔다.

53) 「중앙일보」, 2009, 1, 5.

54) 원혜정, "국가별 선호색체와 TV세트디자인 색채의 상호 관계성 연구: 한국 일본 대만 드라마 <꽃보다 남자>의 세트 디자인", 홍익대학교, 영상학과, 석사학위논문, 2009, p.75.

제2절 일본판 <꽃보다 남자>에 나타난 전통문화

앞에서 살펴본 원작 만화와 비교할 때, 일본판 드라마에서는 문화적 요소들이 어떻게 다른 방식으로 표현되었는지 알아본다.

1. 음식

드라마 중에 나타난 음식은 로컬문화의 중요한 지표이다. 일본판 <꽃보다 남자>에서도 중요한 장면에 음식과 관련된 장면이 많이 등장한다. 예를 들어, 드라마 제1회, 제2회, 제4회에 여주인공 츠쿠시가 아르바이트하는 가게가 여러 번 나왔다. 이 가게는 和菓子[55]를 판매하는 전통가게이다. 대문 앞에 놓인 간반에 'だんご(당고)'라는 글씨가 찍혀 있다. 이는 원제 <花よりだんご(하나요리당고)>의 'だんご(당고)'와 같다. 'だんご(당고)'라는 일반적 의미로 '경단'처럼 和菓子 중의 일종이다. 그리고 일본 속담 중에 '꽃보다 경단(花よりだんご)'이란 속담이 있다. 해석하면 눈으로 보는 꽃보다 먹을 수 있는 경단이 좋다는 말이다. 또한 '꽃보다 경단'이라는 일어 독음이 '꽃보다 남자'라는 독음과 똑같다. 그래서 일본판에서 '츠쿠시가 아르바이트하는 가게는 당고를 판매하는 가게'라고 설정한 것은 줄거리상으로 흥미가 있을 뿐만 아니라, 문화적 의미까지 갖추고 있다. (<그림4-4> 참고)

<그림4-4> 和菓子를 판매하는 가게

55) 和菓子(화과자): 일본의 전통과자. 손으로 정교하게 빚은 화과자는 과거에 궁중에서 신에게 바치는 음식으로 사용하였으며, 왕족과 일부 귀족만 맛볼 수 있었다. 화과자는 첫 맛은 눈으로, 끝 맛은 혀로 즐긴다는 말이 있을 정도로 모양이 화려하다. 보통 차를 마실 때 함께 먹는다. 지역마다 전통있는 화과자들이 생산되며, 종류가 매우 다양하고 많다. 화과자의 종류를 크게 나누면 나마가시[生菓子]·한나마가시[半生菓子]·히가시[干菓子] 등으로 구별할 수 있다.

안에는 예쁘게 포장된 정교한 일식 전통과자가 많지만, 손님은 거의 없다. 여주인공과 남주인공의 감정 변화에 따라서 오히려 여주인공과 친구들이 잡담하는 장소이다. 다음의 그림이 나타내는 장면에서는 기모노를 입은 여사장이 츠쿠시와 유우기[56]에게 자기의 러브스토리를 얘기하는 것을 통해, 남주인공이 표면적으로는 악인처럼 보이지만 실은 단순하고 선량한 남자라는 점을 암시한다. 그리고 여주인공 집은 살림살이가 부실하지만 귀족학교를 다니기 때문에, 부모님만을 의지해서는 학비를 지불할 수 없다. 그래서 이 가게는 츠쿠시가 학교 이외에 제일 자주 가는 곳이다. 가게 안의 장면은 일본판 <꽃보다 남자> 중에 자주 등장하는데, "和菓子"라는 예쁘고 정교한 일본음식이 시청자에게 인상 짙게 남아 있다. (<그림4-5> 참고)

<그림4-5> 和菓子가게 안

<그림4-6>는 제1회에 츠쿠시가 학교식당에서 도시락을 먹는 장면이다. 새우, 주먹밥, 일식반찬 등이 정교하게 담긴 도시락이 맛있어 보인다. 츠쿠시의 가족은 츠쿠시가 귀족학교를 다닌다는 점을 모두 기쁘고 자랑스럽게 생각한다. 그래서 다른 가족들의 식사가 늘 소박한데 비해 츠쿠시의 도시락은 항상 화려하다. 심지어 도시락통 마저도 훨씬 고급이다. 그래서 엄마가 싸준 도시락을 보면서 츠쿠시는 늘 감동한다. 이 장면을 통해 일본 일반인이 식사에 부여하는 의미를 알 수 있을 뿐 아니라 일본 평민의 '弁当文化'(도시락문화)도 알 수 있다.

56) 이토 유우기: 츠쿠시의 친구이다. 같이 아르바이트를 한다.

<그림4-6> 츠쿠시의 도시락

제9회에 도묘지 츠바키[57]는 츠쿠시를 스시[58] 정찬에 초대하고 미소시루[59]를 먹는 장면도 있다. 남녀주인공은 분명히 서로 사랑하지만, 오해와 부모님의 간섭 때문에 헤어진다. 그래서 누나가 그들을 도와주려고 츠쿠시를 초대하고 지원해 준다. 이 장면에는 일본 전통음식 스시가 많이 등장하고, 시청자에게 다양한 종류와 예쁜 모양의 스시로 볼거리를 제공한다. (<그림4-7> 참고)

<그림4-7> 스시정찬

이렇듯 음식이 나오는 장면은 단순히 먹는 배경으로 그치는 것이 아니라, 극의 전개에서 중요한 역할을 한다. 음식의 모습이 클로즈업 되는 일이 많은데, 이는 뒷

57) 남 주인공 도묘지 츠카사의 누나이다.

58) 寿司(스시): 일본의 대표적인 음식으로 식초로 간을 한 밥에 생선을 얇게 저민 것이나 달걀 · 채소 · 김 등을 얹거나 만다. 한국말로 초밥이다.

59) 味噌しろ(미소시루): 일본식 된장국. 시루모노의 일종이다. '미소(みそ)'는 된장을, '시루[汁]'는 국을 뜻한다. 일본식 된장인 미소를 가쓰오부시 · 멸치 · 다시마 등을 우린 물에 풀어서 만든 국이다. 일본의 식생활에서 빠지지 않는 일상음식으로, 요리하기 쉽고 단백질이 풍부하다. 지방이나 집안마다 만드는 방법과 재료에 다소 차이가 난다.

부분의 인터뷰에서 나타나듯이 시청자들의 시선을 끌어당기는 역할을 한다.

2. 다도[60]

일본사람들은 차를 마실 때 단지 그 맛을 음미하는데 그치지 않고 여러 사람이 모여서 차를 마시는 순서와 대접하는 방식, 다도구의 제작양식들을 일정하게 정하고 각 단계에 의미를 부여했다. 이처럼 다실을 꾸미고 다도구를 준비하여 차를 마시면서 이야기를 나누고 즐기는 전체 과정의 양식을 통틀어 '다도'라 한다.

다도는 일본의 대표적인 문화로 일본 드라마에서 자주 볼 수 있다. 일본판 <꽃보다 남자>에서도 다도가 등장하는 장면이 많다. (<그림4-8> 참고) 예를 들어, 제7회에 니시카도 소지로[61]가 차를 만드는 장면이다. 소지로는 실연한 유우기에게 쓴맛의 차를 대접하고 그의 기운을 북돋워 준다. 일식의 방에서 다도를 연기하는 장면은 시청자에게 일본전통문화의 매력을 느끼게 해준다.

<그림4-8> 다도 1

그리고 <그림4-9>는 제8회에서 츠쿠시가 TOJ 선발시합에서 일등을 하기 위해 소지로에게 다도를 배우는 장면이다. 일등을 하게 되면 500만원의 상금을 얻을 수 있기 때문에, 츠쿠시는 대출금 상환의 목적으로 시합에 참가하였다. 이 장면에서

60) 일본의 다도는 선종(禪宗)의 헌다(獻茶) 의식이 발달된 심미적인 종교로서 무로마치[室町]시대(1336~1573)에 사카이[堺]의 무라다 슈코[村田珠光]에 의하여 형성되고, 그의 제자인 센노리큐[千利休]에 의하여 완성되었다. 일본의 다도 정신은 자득[佗]을 바탕으로 하여 깨우침[覺]의 종교차(宗教茶)를 인연으로 한 현성(現成:佗禪)으로 되어 있다.

61) 다도명문의 계승자, F4중의 하나.

두 사람이 모두 기모노를 입고, 단정하게 앉았다. 츠쿠시는 언제나 다도에 관한 세부 사항을 잊어버리기 때문에 소지로가 그를 엄숙하게 지도한다. 재미있는 수업과 웃음을 유발하는 장면은 시청자에게 재미있는 느낌을 주는 동시에 일본다도문화의 절차와 의미를 구체적으로 보여준다.

<그림4-9> 다도 2

<그림4-10>은 제12회에서 방송된 다도학원의 수업 장면이다. 유우기는 소지로의 세계를 더 많이 이해하기 위해, 다도학습반에 참가하였고 다도를 배우기도 하였다. 이 장면 중에 일본식의 방에서 유우기는 선생님에게 다도를 배우고 있다. 그림에 일식의 장식품이 많고, 수강생들이 단정하게 앉아있고, 말쑥하고 장중한 느낌을 보인다. 이 장면은 시청자에게 일본 다도를 연기하는 과정과 진실한 분위기를 드러낸다.

<그림4-10> 다도 3

3. 기모노[62)]

62) 着物(기모노): 일본의 전통 의상이다. 和服(와후쿠)라고도 한다. 기모노란 일본 나라 시대[奈良時代: 645~724] 초기부터 현재에 이르기까지 일본인 남녀가 즐겨 입어 왔으며 중국의 파오[袍] 양식의 옷에서 유래했다. 기모노의 기본형은 발목까지 내려오는 길이에 소매는 길고 넓으며 목부분이 V자로 패여 있다. 단추나 끈이 없이 왼쪽 옷자락으로 오른쪽 옷자락을 덮어 허리에 오비[帶]를 둘러 묶는다.

일본인의 작은 체구를 가리기 위한 겹쳐 입기의 미학인 기모노는 한 장으로 된 사각형의 천을 몸에 감고 오비로 멋을 낸 일본의 전통의상이다. 서구화와 함께 일본인들조차 입을 기회가 줄어들었지만 전통을 계승하려는 디자이너들에 의해 기모노 스타일을 만들어 내며 그 부활을 꿈꾸고 있다. 요즘은 일본에서도 기모노를 평상복으로 입는 사람은 드물다. 일본인들이 기모노를 입을 수 있는 기회 또한 많지 않아 입학식, 졸업식, 성인식, 결혼식, 장례식 때 입게 된다.

<그림4-11>은 일본판 <꽃보다 남자> 최종회에서 츠쿠시가 도묘지의 가족과 맞선을 보는 장면이다. 츠쿠시가 예쁜 기모노를 입고 결연한 표정을 보인다. 이 장면에서 나타나듯이, 일본 전통의상인 기모노를 갖추어 입는 것은 주인공의 행동이나 심리가 중요한 전기를 맞고 있음을 암시한다.

<그림4-11> 기모노

4. 温泉・和室[63]

일본의 온천은 매우 유명하다. 전국 곳곳에 여러 형태의 온천이 있다. 일본인이 온천에 가는 것은 꼭 목욕만 하러 가는 것이 아니라, 피로를 풀거나 질환 등을 고치러 가는 경우가 많기 때문에, 몇 번에 걸쳐서 오랜 시간 물에 들어가 있는 경우

오늘날 기모노는 여성들이 의례나 결혼식과 같은 특별한 행사가 있을 때 많이 입는다. 결혼하지 않은 여성이 입는 전통적인 기모노 형태를 후리소데라고 부르며, 소매가 길고 매우 넓으며, 자수나 염색을 이용한 화려한 무늬로 장식되어 있다. 일부 노년의 일본인들은 오늘날에도 기모노를 일상복으로 입는다. 남자들은 보통 결혼식과 다도, 공식적인 행사가 있을 때 기모노를 입는다. 전문 스모 선수들은 공식적인 선상에서는 항상 일본 전통 의상을 입어야 하기 때문에 기모노를 입고 등장할 때가 많다. 이들은 보통 안감이 없는 면화 형태의 유카타와 같은 간편한 일본 의상 종류를 입는다.

63) 和室(와시츠): 일본식 방이다.

가 많다. 일본판 <꽃보다 남자>에도 온천 장면이 나왔다. 예를 들어, 제19회에 츠쿠시와 나카지마 우미[64]와 온천을 즐기는 장면이다. 이 장면은 일본인이 온천을 좋아하는 것을 표현 할뿐만 아니라, 일본의 목욕문화와 온천관광지의 아름다운 풍경을 나타낸다. (<그림4-12> 참고)

<그림4-12> 일본 온천

<그림4-13>은 일본 전통 와시츠의 장면이다. 와시츠의 구조는 겐칸 玄關(げんかん), 다타미 방(だだみの へや), 오시이레(押し入れ おしいれ), 후스마(ふすま), 쇼지(障子 しょじ), 도코노마(床の間 とこのま), 고타츠(こたつ), 후로바(ふろ場ば), 아마도(雨戸 あまど), 갓테구치(勝手口 かってぐち) 등을 포함한다. 일본판 <꽃보다 남자> 중에 와시츠가 나오는 장면이 많다. 예를 들어, 제16회에 타마 할머니[65]의 방이다. 이방은 전통의 일본식 방이다. 방내의 진열품도 일본전통 와시츠 문화를 전체적으로 드러낸다.

<그림4-13> 와시츠

64) 나카지마 우미는 도묘지가 입원한 병원에서 만나는 여자이다. 밝은 성격으로 환자 동료 중에서도 인기 있는 우미는, 도묘지를 부지런하게 돌보며 접근한다.

65) 타마 할머니: 도묘지 가족의 집사이다.

제3절 한국판 <꽃보다 남자>에 나타난 전통문화

1. 음식

한국은 지리적으로 동, 서, 남 삼면이 바다로 되어 있으며 북쪽으로는 만주대륙 요하유역까지 연결되어 있어서 북방문화가 전래되었으며, 남쪽으로는 삼면이 모두 바다이기 때문에 해양문화도 일찍이 발달하였다. 한강 이북지역에서는 팥, 콩, 좁쌀 등을 쌀하고 혼합해서 먹었고 한강 이남 지역에서는 보리쌀을 혼합하여 먹어왔다. 주식인 밥 이외에도 죽, 면, 떡, 부침개, 약식, 만두, 묵 등이 있으며 (밥) 문화에서 떼어 놓을 수 없는 것이 (국) 인 것이다. 이와 같이 농경사회에서 쌀을 주식으로 한국의 음식문화가 발전하여 오늘에 이르렀다고 할 수 있다.[66]

한국판 <꽃보다 남자> 중에 나타난 한국음식문화의 장면이 많다. (표4-1참고) 예를 들어, 제1회 중에 금잔디가 학교식당에서 도시락을 먹는 장면이다. 같은 장면에서 일본판 츠쿠시의 도시락과는 달리, 김치가 있다. 그리고 제5회 중에 금잔디가 아르바이트하는 가게에서 해물죽을 만드는 장면이 나타났다. 또한 구준표가 금잔디의 집을 처음 방문할 때 방바닥에서 잠을 잔 이후 한국전통반찬을 먹는 장면이다. 제8회에는 구준표가 금잔디 가족에게 회를 사 주는 장면이 나온다. 제9회 중에 구준표는 금잔디의 가족과 함께 김치를 담근다. 금잔디의 아버지와 남동생과 함께 목욕탕에서 돌아오는 구준표가 어묵을 먹는 장면이다. 그리고 금잔디와 함께 막창을 먹는 장면이다. 제16회 중에 하재경[67]은 금잔디, 추가을[68]과 함께 떡볶이 순대 등을 먹는 장면이다. 이런 음식에 관한 장면은 시청자에게 한국의 전통음식문화를 나타낸다.

---

66) http://kin.naver.com/detail/detail.php?d1id=13&dir_id=131202&docid=918683&qb=7ZWc6rWt7J2M7Iud66y47ZmU&enc=utf8&pid=fqyl3z331xNssakZgUNssv--234562&sid=Sqyg1nCKrEoAADkbLLE

67) 하재경: 재벌의 딸. 구준표의 약혼녀. 구준표를 사랑한다.

68) 추가을: 금잔디의 친구. 금잔디와 함께 죽 가게에서 아르바이트를 한다.

<표 4-1> 한국판 중에 나타난 음식 장면		
제1회	금잔디는 학교식당에서 도시락을 먹었음	
제5회	금잔디의 아르바이트하는 가게에서 해물죽을 요리하는 과정을 찍은 장면	
	구준표가 금잔디의 집에 처음에 방문할 때 한국전통반찬을 먹는 장면	
제8회	구준표가 금잔디의 가족에게 회를 사주는 장면	
제9회	구준표가 금잔디의 가족과 함께 김치를 담그는 장면	
	구준표가 금잔디의 아버지와 남동생과 함께 목욕탕에서 돌아오는 길에 어묵을 먹는 장면	
	구준표가 금잔디와 함께 막창을 먹는 장면	
제16회	하재경이 금잔디와 추가을과 함께 떡볶이 순대 등을 먹는 장면	

2. 한복[69]

한국판 <꽃보다 남자> 제3회에서 민서현의 귀국 축하파티를 위해 금잔디의 아버지는 금잔디에게 한복을 골라주고, 금잔디의 어머니는 한복은 결혼할 때 입어야 한다고 말하였다. 그러나 금잔디는 "쪽팔린다"고 말하면서 한복 입는 일을 탐탁지 않게 여긴다. 이 장면에서 나타나듯이, 한국인이 결혼할 때 전통의상인 한복을 입어야 하는 전통이 있지만, 요즘의 젊은 세대들은 한복을 입지 않으려는 세대 차이를 보여준다.(<그림4-14> 참고)

<그림4-14> 한복

3. 목욕탕

일본의 영향으로 1924년에 평양에 첫 공중목욕탕 영업이 시작된 것이 최초의 근대적 목욕탕으로 알려져 있다. 초기에는 일본인 손님이 많고, 한국인 손님은 많지 않았지만, 지금은 때밀이라는 특유 직업과 목욕찜질방이 있을 정도로 한국의 목욕문화는 크게 발전했다. 대표적인 서민 문화로, 1990년대까지 목욕탕의 전성기를 구가했으나, 개인 샤워실의 보급과 찜질방 등 대형화로 전통적인 목욕탕이 쇠퇴해

69) 한복(韓服)은 한민족 고유의 옷이다. 북조선은 조선옷이라고 부른다. 오늘날 대한민국에서 일상복으로 한복을 입는 경우는 드물며, 활동에 편리한 생활한복을 입기도 한다. 일부 고등학교에서 이를 교복으로 입는다. 오늘날에는 일반적으로 한복을 명절이나 특수한 날에만 입게 되었으며, 사람들이 편하게 입을 수 있는 생활 한복이 보급되기도 하였다. 청학동에서는 아직도 한복을 일상복으로 입고 있고, 국악고등학교, 민족사관고등학교에서 교복으로 입고 있다. 택견 무술에는 하얀 한복을 입는 것이 통례이며, 첫돌, 환갑, 칠순, 팔순 등의 일부 생일에는 생일을 맞은 사람이 입기도 한다. 북한에서는 차례 지낼 때 대부분이 한복을 입는다.

가고 있다. 목욕탕 안에는 사우나 시설이 있는 것이 보통이며, 탕도 온탕, 냉탕, 쑥탕 등 다양하다. 제9회에서 구준표가 금잔디의 아버지, 남동생과 함께 목욕탕에서 사우나를 하는 장면이다. (<그림4-15> 참고) 한국에서 일반적으로 찜질방이나 사우나 장면은 주인공 사이의 친밀감을 강조할 때 나온다. 아래의 장면에서도 찜질방은 구준표가 금잔디의 가족과 친밀감을 형성해나가고 있음을 설명하는 장치로 사용된다.

<그림4-15> 목욕탕

4. 건물

한국판 <꽃보다 남자>에서는 한국 전통건물이 배경으로 등장하기도 했다. 예를 들어, 제8회에 금잔디가 윤지후와 함께 시간을 보낼 때, 한국 사찰 건물이 많이 나왔다. 그리고 제23회에서 윤지후의 집에 관한 장면이다. 사실 윤지후의 집으로 설정된 '라궁'(羅宮)은 경주 보문단지 내에 위치한 신라의 궁궐 모양을 본딴 한옥식 호텔이라고 한다. (<그림4-16> 참고) 라궁 등 한식 건물에 관한 장면은 시청자에게 한국 관광지의 경치와 한국전통의 건물문화를 집약적으로 보여주는 배경으로 사용된다.

<그림4-16> 라궁

이상은 만화 원작 <꽃보다 남자>가 일본판과 한국판 드라마로 제작되는 과정 중에 각각 대표적인 전통문화와 융합되는 현상을 분석하였다. 이런 전통문화에 관한 장면을 통해 시청자에게 각국의 음식, 복장, 지리환경과 풍속 등 문화를 나타낸다. 그래서 이 과정은 만화가 드라마로 제작시의 '로컬화 융합'이라고 부른다. (<그림3-1> '1단계 로컬화' 참고)

제5장 외국 시청자의 드라마 수용에 대한 고찰

만화원작드라마가 다른 국가에서 방송되는 과정 중에, 이 국가의 시청자들에게는 어떠한 문화융합이 일어날 것인가?

이 장에서는 드라마 수용과정에서 일어나는 문화융합 과정을 구체적으로 살펴보기 위해, 조선대학교와 남경대학교에 재학 중인 중국 대학생 10명을 대상으로 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>에 대한 심층 인터뷰를 실시할 것이다.

한·일 양판본의 <꽃보다 남자>는 중국의 20대 시청자에게 문화융합 현상을 일으킬 것인가? 그리고 만화원작드라마의 어떤 요소들이 시청자에게 문화융합의 영향을 미칠 수 있을까?

인터뷰는 개별적으로 실시될 때마다 그 질문이 조금씩 달라졌으나, 기본적으로 다음의 내용을 바탕으로 하였다.

주요 질문내용:

- 일본판과 한국판 <꽃보다 남자> 드라마를 보는 이유는 무엇입니까?

- 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>를 볼 때, 드라마 중에 나타난 일본요리/한국음식에 관한 장면을 주의 깊게 보았습니까? 관심을 가지게 된 이유는 무엇입니까?

- 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>를 볼 때, 드라마 중에 나타난 기모노/한복에 관한 장면을 주의 깊게 보았습니까? 주의를 기울인 이유는 무엇입니까?

- 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>를 볼 때, 드라마 중에 나타난 한국과 일본의 전통문화 중에서 다른 어떤 요소를 주의 깊게 보았습니까? 주의를 기울인 이유는 무엇입니까?

- 각 드라마 중에 나타난 전통문화 중에서 제일 좋아하고 한번 체험 하고 싶은 문화는 무엇입니까? 이 문화에 대해 어떻게 생각합니까?

- 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>를 볼 때, 드라마 중에 나타난 유행문화에 대해 어떻게 생각합니까?

제1절 시청 동기와 이유

이 절에서는 중국대학생 시청자에 대한 인터뷰결과를 분석하고 한·일 <꽃보다 남자>의 시청자들이 시청하는 동기와 이유를 다음 네 가지 측면에서 설명한다.

1. 만화원작을 본 시청자

첫 번째로 시청자는 만화원작을 본 이후에 스토리를 좋아하게 되고 이 만화의 드라마화를 기대하고 관심을 가졌던 시청자이다.

> 제가 만화 <꽃보다 남자>를 몇 년 전에 재미있게 봤는데 남녀 주인공의 러브 스토리에 감동하였고 이 만화를 좋아합니다. 고등학교에서 真人화[70]의 소식을 알고 난 후에 이 드라마를 너무 보고 싶어서 대만판 <꽃보다 남자>(유성화원)를 보았습니다. 일본판과 한국판이 나올 때, 배우들과 줄거리 등 부분에 이전의 대만판보다 어떤 새로운 느낌을 기대하고 계속 보았습니다. **(응답자1)**

이 사람은 만화원작의 스토리를 좋아했기 때문에, 만화가 드라마로 만들어지는 것에 기대를 가졌고 실제로 시청에도 열심이다. 그리고 일본판과 한국판이 대만판과 비교할 때 새로운 배우와 다른 줄거리를 가지고 전개되는지 관심을 갖고 계속 시청한다. 그래서 원작의 재미있는 줄거리는 시청자가 계속 드라마에 관심을 갖고 시청하게 되는 주요한 동기와 이유로 작용함을 알 수 있다.

2. 대만판을 본 시청자

중국 20대 시청자들 중에는 예전에 대만판을 본 사람이 많다. 이런 사람은 대만판 <꽃보다 남자>(유성화원)를 본 후에 이 드라마를 좋아하고 새로운 놀람과 기쁨을 기대하고 일본판과 한국판을 본다. 그리고 드라마를 보고 줄거리를 좋아하게 되어 만화를 찾아보고 다시 본 사람도 많다. 예를 들어, 다음의 의견과 같다.

---

70) '진인화'란 만화를 드라마로 만드는 과정을 의미한다.

대만판 <꽃보다 남자>(유성화원)에 나타난 F4는 이미 아시아 지역에서 인기가 높았습니다. 제가 言承旭을 좋아하기 때문에 <꽃보다 남자>(유성화원)를 보았습니다. 이 드라마는 여자의 마음에 왕자와 灰姑娘(회고낭)[71]의 사랑자의 마음꿈을 대표합니다. 그리고 줄거리가 멋지고 남녀 주인공일 뿐만 아니라 모든 캐릭터들이 다 각자의 특색이 있습니다. 재미있는 드라마라 생각합니다. **(응답자4)**

제가 고등학교에 다닐 때 대만판을 보았습니다. 재미있었고 배우의 얼굴이 다 예쁘게 생겼다고 생각했습니다. 그때부터 花沢類[72]을 연기한 배우 周渝民을 너무 좋아합니다. 그 후에 일본판과 한국판이 나온다기에 누가 花沢類의 역할을 담당하는지, 어떻게 표현하게 되는지 보고 싶다고 생각했습니다. **(응답자5)**

특별한 시청동기 있다기보다는 예전에 대만판 <꽃보다 남자>(유성화원)를 너무 재밌게 봐서 더 많은 관심을 갖게 된 것도 사실이고 주변 친구들이 너무 열광을 하니까 보기 시작했어요. 그렇게 보기 시작했지만 점점 주인공들도 매력있게 느껴지고 또 원작이 같은 만화인데도 불구하고 많은 부분에서 대만판이랑 다르게 느껴져서 더 흥미진진했던 것 같아요. **(응답자10)**

위에 세 사람은 모두 대만판을 본 이후에 <꽃보다 남자> 원작만화와 이후의 드라마를 좋아하게 된 시청자이다. 응답자4는 대만스타를 좋아하기 때문에 대만판을 보다고 말하였다. 드라마 중의 동화처럼 줄거리, 그리고 특색 있는 캐릭터들 등 요소는 그 사람이 <꽃보다 남자>을 좋아하는 이유이다. 응답자5도 드라마 중의 배우 때문에 이 드라마를 보기 시작했다고 답한다. 그리고 본 이후에 花沢類의 캐릭터와 연기한 배우를 좋아하게 된다. 그래서 한일 양판본 중에 이 캐릭터를 연기한 배우에 관심을 갖고 한일 양판본도 본다. 응답자10은 주인공이 매력 있고 줄거리가 재미있는 것 외에, 주변 친구들로부터 받은 영향력도 시청 이유 중의 하나라고 말한다. 그래서 이 세 사람의 응답에 따라, 드라마를 연기한 배우, 재미있는 줄

71) '灰姑娘'란 중국판의 신데렐라[Cinderella]이다. 灰姑娘가 아버지를 잃고 계모와 그녀의 두 딸들에게 시달림을 당하지만 늘 밝은 마음가짐으로 희망을 갖고 살아가다가 요정의 도움으로 왕자와 결혼하게 된다는 스토리이다.

72) F4중의 하나이다.

거리와 특색 있는 캐릭터, 그리고 주위 사람들의 영향 등 세 가지 요소는 시청자가 드라마를 보는 주요 이유와 동기가 됨을 알 수 있다.

3. 한일문화에 친숙한 시청자

원작에 대한 사전 정보에 상관없이 한일 드라마를 원래부터 좋아하는 사람의 유형이다. 이런 시청자는 원래 한일 드라마를 자주 보고, 한일 스타를 많이 알고 좋아한다. 그리고 한일의 패션영역이나 전통문화영역에 관심이 있는 사람이다. 예를 들어, 다음과 같은 대답에서 한일 대중문화 전반에 대한 관심을 알 수 있다.

> 제가 원래 일본스타 小栗旬을 좋아하기 때문에 일본판 <꽃보다 남자>를 보았습니다. 이 드라마가 재미있다고 생각합니다. 지금 한국에 있어서 한국말을 배우고 싶어서 한국판을 보았습니다. 제 생각에는, <꽃보다 남자> 드라마의 줄거리가 좋고 재미있습니다. 한국판의 경우는 배우에 대해 스타일 그리고 배경장면의 장식이 일본판 보다 더 화려합니다, 그러나 줄거리의 구성부분에서 한국판이 더 지루합니다. (응답자3)

> 예전부터 한일드라마를 좋아하고 자주 봤습니다. 일본 드라마는 감정의 표현이 세밀하고 줄거리의 리듬이 짜여져 있고, 한국 드라마는 색깔이 예쁘고 줄거리가 로맨틱하다고 생각합니다. <꽃보다 남자>의 드라마는 한국에서나 일본에서나 인기 짱 이예요! 어떻게 보지 않을 수가 있어요? (응답자6)

> 저는 일본스타 松本潤을 좋아합니다. 그는 얼굴이 매우 빼어나지는 않지만, 연기가 매우 훌륭합니다. 이번 일본판 <꽃보다 남자>에서 松本潤이 F4의 리더 道明寺를 연기하기 때문에 이 드라마를 매우 보고 싶다고 생각했습니다. 이 드라마에서 松本潤은 道明寺의 왕도와 이따금 드러난 애티 그리고 츠쿠시에 대해 한결같은 감정을 잘 표현하여서, 제가 스토리 중에 道明寺의 캐릭터를 좋아합니다. 그리고 꽃미남들과 이 드라마의 줄거리는 우리 20대의 기호에 딱 맞습니다. 그래서 그 후에 한국판도 보았습니다. (응답자7)

> 일본 스타와 일본 드라마의 제작 스타일을 좋아하기 때문에 일본 드라마를 자주 봤는데 일본판 <꽃보다 남자>도 봤습니다. 만화를 각색하는 드라마이기 때문에 줄거리

가 참신하고 재미있었습니다. 한국판을 방송하는 후에 한국인의 시각에서 일본 만화를 어떻게 수용하고 있는지? 또한 드라마에서 체현되는 일본문화와 한국문화의 화합이 나타날 수 있겠는지 궁금해서 봤습니다. (응답자9)

위에 네 시청자모두 한일 드라마를 원래부터 좋아하는 사람이다. 이들은 한일 스타를 잘 알고, 한일 드라마를 자주보고, 한일 문화를 좋아하는 편이다. 중국의 20대 중에는 특히 이런 한류, 일류에 관심을 갖는 젊은 사람들이 많다. 응답자3과 응답자7이 모두 한일 스타가 등장하기 때문에 드라마를 본다고 답했다. 응답자6과 응답자9는 드라마의 출연진과 함께 드라마의 전반적인 완성도를 시청이유로 꼽는다. 이외에도, 한국말을 배우고 싶고, 줄거리가 재미있고, 배경장면이 화려한 것 등을 주요시청 동기로 꼽았다. 한일 드라마의 감정표현, 스타일, 시각적인 화면구성, 줄거리 등은 이들 이외에도, 한국말챙겨보는 주요 이유가 된다. 특히 <꽃보다 남자>의 경우, 출연하는 매우들 이미남, 미녀들인지 혹은 연기파배우인지가 상당히 중요한 요소이다. 그리고 갈등 이숨어있고 끝날 때 마다 궁금증을 남겨주는 줄거리 전개는 이 드라마가 관중을 매료시키는 중요 매력이다. 또한 이 드라마에 대한 시각적인 만족도가 높은 편이었는데, 아름다운 촬영지라든지 방대한 규모의 장면이라든지 여러 가지로 양호한 평가를 받았다.

4. 우연히 본 시청자

원래 <꽃보다 남자>의 드라마를 보고 싶은 생각이 없었던 시청자가 어떤 외부의 영향을 우연히 받은 후에 이 드라마를 좋아하게 되는 현상이다. 예를 들어, 주위 사람의 영향, 드라마에 관한 PR선전 등이다. 수동적인 시청으로 시작했지만, <꽃보다 남자>를 본 후에 관심영역을 점차 확장해나가는 경우도 있었다.

제 여자친구가 <꽃보다 남자>를 보고 싶어 해서 여자 친구랑 같이 이 드라마를 보았습니다. 여 주인공이 참 귀엽고 웃기는 장면도 많이 있습니다. 그리고 이국 문화에 대해서 재미를 느꼈고, 그 문화를 더 알고 싶다고 생각합니다. (응답자2)

최근 TV에서 한국판 <꽃보다 남자>에 관한 광고가 많았습니다. 그리고 인터넷 BBS

에서 이 드라마에 관심이 있는 사람도 많이 있어서, 호기심을 갖고 이 드라마를 한번 봤습니다. 솔직히 말하면 이 드라마가 특별하게 재미있어서라기보다는 코미디 보는 것처럼 심심풀이로 봤습니다. 그런데, 구혜선이란 여배우에 관심이 생겼습니다. 목소리가 너무 특이하고 웃음이 다정해보여서 좋습니다. 그 후에 친구의 추천으로 일본판도 봤습니다. 색채의 측면에서 한국판이 더 화려하고 환합니다. 일본판은 조금 차가운 느낌입니다. (응답자8)

이 두 시청자가 모두 외부의 영향을 우연히 받은 후에 드라마를 보았다고 응답했다. 응답자2가 <꽃보다 남자>를 시청하는 동기는 여자친구의 권유였다. 응답자8은 <꽃보다 남자>에 관한 광고와 인터넷 BBS에서 본 관련 정보에 영향을 받고 호기심을 갖고 본다. 이로부터 보면, 외부의 영향도 시청자가 드라마를 보는 중요한 요소이다. 지금까지 심층인터뷰에서 드러난 의견을 바탕으로 <꽃보다 남자>를 시청하는 동기와 이유를 정리하면 다음의 <표5-1>과 같다. 그래서 드라마가 방송되기 전과 방송할 때의 완벽한 PR 관리는 인기 있는 드라마에 있어서는 필수적이다.

<표5-1> 시청 동기와 이유

유형별	응답자 번호	시청 동기와 이유					
		줄거리	배우	화려한 장면	한국어를 배움	친구 추천	TV/인터넷 선정
원작을 본 시청자	1	○					
대만판을 본 시청자	4	○	○	○			
	5		○				
	10	○				○	
한일문화에 친숙한 시청자	3		○		○		
	6	○					
	7		○				
	9	○					○
우연히 본 시청자	2					○	
	8						○

위의 표에서 볼 수 있는 것처럼 네 가지 유형별의 시청자들이 <꽃보다 남자>를 시청하는 동기와 이유들 중에, 드라마의 줄거리, 배우, 그리고 광고PR은 중요한 세 가지 요소를 알 수 있다.

이 세 가지를 갖추어야 시청자들이 이 드라마를 좋아할 가능성이 있으며 그 과정에서 문화융합이 이루어질 가능성도 생기는 것이다. 그래서 드라마에 있어서 줄거리, 배우, 광고PR은 문화 융합의 전제 조건이라 할 수 있다.

이 밖에, 한국과 일본의 문화를 좋아해서 시청하는 경우도 있다. 시청자가 어떤 이유로든 한국과 일본을 좋아하기 때문에, 한일의 드라마도 보고 싶어 하는 것이다. 시청자가 일단 드라마를 보기 시작하면 주변 영역으로 관심의 범위를 넓히게 되고, 한일에 대해서도 원래보다 더 많이 알고 더 많이 좋아하게 된다. 드라마에 대한 관심이 지렛대로 작용하여 문화 전반에 대한 이해로 확산된다고 볼 수 있다. 이것도 문화 융합의 과정이다.

제2절 전통문화 표현 장면

1. 전통 문화 장면에 대한 전반적인 인식

이 절에서는 시청자가 드라마 <꽃보다 남자> 중의 전통문화장면에 관해 응답한 것을 중심으로 설명한다. 먼저, 시청자의 대답을 전통음식, 전통복장, 다른 전통문화 등 3 가지 측면으로 나누어 분석한다.

먼저, 한국 김치가 표현된 장면을 언급하는 내용이다. 외국 드라마 중에 외국 전통 음식은 언제나 시청자의 주의를 환기시킨다. 음식문화는 일상을 표현하는 드라마에서 가장 자주 등장하고, 낯선 문화에 대한 볼거리를 제공하기도 하기 때문이다. 일본과 한국판 <꽃보다 남자> 중에 나타난 전통 음식에 관한 장면 늘 역시 중국 시청자에게 깊은 인상을 남겼다. 이번 인터뷰에서도 한국판 <꽃보다 남자> 중에 나타난 음식 장면에 대한 관심이 많이 드러났으며, 특히 한국 김치를 표현하는 장면은 시청자에게 깊은 인상을 남긴 것으로 보인다. 시청자는 남주인공과 여주인공 가족이 함께 김치를 담그는 장면을 재미있게 본 이후에 한국 전통김치문화에 취미를 붙이고 한번 체험해보고 싶다고 생각한다. 예를 들어 다음과 같은 응답들이다.

> 한국판에서 구준표가 처음으로 금잔디의 집을 방문할 때 금잔디의 가족과 함께 김치를 담그는 장면을 여전히 기억합니다. 진짜 재미있습니다. 가족과 같이 함께 담그면서, 분위기가 좋다고 생각합니다. 그리고 드라마에서 "맛있다" "진짜 맛있다" 이런 소리가 들려서 제가 한번 먹고 싶다고 생각할 정도였습니다. (**응답자6**)

> 가장 인상적인 것은 한국판 중에 구준표가 금잔디 집에서 김치 담그는 장면이었습니다. 원작이 일본 만화인데도 불구하고 드라마에서 김치가 나왔다는 점이 되게 신기하게 느껴지더라구요. (**응답자10**)

한국판 <꽃보다 남자> 진행 내내 전통음식의 큰 바탕에서 많이 벗어나지 않았다. 그런데 시청자들이 가장 인상적으로 기억하는 것은 한국판 중에 구준표가 금잔

디 집에서 김치 담그는 장면이다. 왜냐하면, 김치는 대만판이나 일본판에서 절대로 볼 수 없는 한국의 기호식품이며 민족문화의 상징이기 때문이다. 물론, 김치 외에 한국판 <꽃보다 남자>의 다른 전통음식 장면도 여러 시청자에게 인상을 남겼다. 예를 들어, 라면에 대해서 언급한 아래의 내용은 흥미롭다.

> 한국판 중에 구준표가 행복하게 라면을 먹는 장면을 기억하고 있습니다. 중국 라면을 먹는 방법과는 다릅니다. 라면을 냄비에서 삶은 후에 냄비에 담은 채 그냥 먹습니다. 뜨끈뜨끈한 행복감을 느꼈을 수 있습니다. 그리고 장면 중에 일종의 노란색의 무를 먹는 장면도 많이 나왔습니다. **(응답자4)**

그런데 이런 음식문화와 비교하여 볼 때, 김치 문화는 더 한국 전통음식의 대표적인 음식문화이다. 그래서 시청자들은 김치에 관한 장면을 더 많이 언급하는 경향이 있다. 예를 들어, 한국판 <꽃보다 남자> 중에 구준표가 금잔디 집에 방문할 때 금잔디의 아버지, 동생과 함께 목욕탕에서 나온 오뎅을 먹는 장면도 있다. 오뎅은 한국에서 먹을 뿐만 아니라, 일본에서 비슷한 음식도 있고, 한국 특유한 대표적인 음식이 아니다. 그래서 김치 장면보다 오뎅 장면을 언급한 시청자가 많지 않다. 일본 원작 드라마에 한국의 음식인 김치가 나오는 모습을 흥미롭게 여긴다는 점은, 그만큼 응답자들이 한국과 일본의 문화에 대해서도 사전 지식을 갖고 있다는 뜻이다. 심지어 이 장면에는 오뎅보다 떡볶이가 나왔다면 더욱 한국적이었을 것이라는 응답도 있었다. 드라마 중에 전통문화의 특색이 살아있는 음식이 나오면 시청자들은 더욱 흥미를 가지는 경향이 있었다.

또한, 응답자4는 구준표가 라면을 먹는 장면을 흥미롭게 기억하고 한국 라면의 요리방법에 대해서도 구체적인 관찰을 한다. 그리고 한국판 중에 많이 나타난 무를 유심히 기억한다. 사실, 라면과 무 등 이런 음식은 중국인들도 먹지 않는 것이 아니다. 다만 요리방법이 다르다. 그러니까 시청자들이 외국식 요리 방법을 신기하게 느끼면 더 주의 깊게 살펴보게 되고 심지어는 직접 체험해보고 싶어 한다. 각국마다 음식에 대한 요리법이 다르기 때문에, 드라마 중에 나타나는 이국 음식문화의 요리에 시청자가 재미를 느끼는 것이다.

일본판 <꽃보다 남자>에도 전통음식 장면이 많이 나오는데, 한국판에 비교할 때 시각적으로 그렇게 멋지게 표현되지 않는다. 응답자들 중에 일본판 전통음식 장

면에 인상적 장면, 구체적인 장면이 기억나지 않는다고 응답한 사람도 적지 않다.

두 번째, 일본 기모노를 표현하는 장면이다. 배우들의 의상과 스타일은 드라마의 인기를 좌우하는 중요한 부분이다. 세계화에 따라 아시아 지역뿐만 아니라 전세계적으로 유행과 패션에 대한 심미와 기호가 점점 근접해가고 있다. 그러나 동시에 각 민족을 대표하는 전통복장은, 전통문화의 유산이고 옛 사람의 지혜를 나타내는 것으로 여겨져 더욱 중요시된다. 오늘날, 전통 복장이 드라마 중에 나타나는 장면도 갈수록 늘어나고 있다. 시청자들에게 외국의 전통복장은 민족을 상징하는 문화일 뿐만 아니라, 일종의 재미있는 문화이다. 예를 들어, 이번에 인터뷰한 시청자들은 일본판 <꽃보다 남자>중에 나타난 기모노의 장면에 많은 관심을 갖고 있었다.

> 일본판 최종회에서 도묘지의 부모님과 식사를 할 때 츠쿠시가 기모노를 입은 장면을 기억합니다. 츠쿠시가 마침내 성공하였습니다. 그 장면이 나를 감동시켰습니다. (응답자7)

> 전통복장의 경우에는 츠쿠시가 아르바이트하는 전통 과자가게를 기억하고 있습니다. 여사장이 입었던 기모노가 진짜 예쁘다고 생각합니다. (응답자5)

> 일본 드라마 중에 일본 정통의 복장인 기모노를 주의 깊게 보았습니다. 츠쿠시가 "TOJ 시합"을 위해 기모노를 입고 다도를 배운 장면을 기억하고 있습니다. 다도의 과정이 조용하고 느리다고 생각합니다. 한국 드라마에서는 배우의 옷차림이 다 유행을 따랐던 것 같고 전통복장은 기억나지 않는다. (응답자8)

응답자의 의견 중에 제일 많은 사람이 제시한 것은 응답자7의 의견이다. 즉 일본판 최종회에서 여주인공이 남주인공의 가족과 맞선을 보는 장면이다. 여주인공이 예쁜 기모노를 입고 결연한 표정을 보인다. 이 장면은 여주인공의 심리적 변화를 나타내는 중요한 순간이기 때문에, 시청자에게 깊은 인상으로 남아있다. 그 다음 두 명의 시청자는 츠쿠시가 아르바이트 하는 가게의 여사장이 입은 예쁜 기모노와 여주인공이 다도를 배울 때 기모노를 입는 장면에 대한 인상이 깊다고 응답했다. 이것을 보게 되면, 드라마 중에 나타나는 전통복장은 외국 시청자에게 깊은 인상으로 남아있음을 알 수 있다.

응답자8의 말과 같이, 한국판 <꽃보다 남자>에서는 유행의상이 많고 전통한복의 장면이 거의 없기 때문에, 한국의 전통의상에 대한 인상이 거의 없다.

세 번째, 다른 문화를 표현하는 장면이다. 먼저, 일본판에서 다도를 표현하는 장면이 많이 나타난다. 다도는 일본의 특색을 보여주는 대표적 문화로서 시청자에게 깊은 인상을 남긴다. 시청자들이 잇달아 일본 다도 문화에 흥미를 표현한다. 다도를 연출할 때 조용하고 세련된 과정이 시청자에게 외국전통문화의 매력을 느끼게 한다. 예를 들어, 다음 의견과 같다.

> 일본판에서 다도의 장면도 많이 나왔습니다. 드라마에 다도의 계승자의 신분으로 나오는 니시카도 소지로는 여러 번 다도의 과정을 연기한 것을 기억합니다. 그리고 츠쿠시도 다도를 배운 장면이 있습니다. **(응답자7)**

> 츠쿠시가 "TOJ 시합"을 위해 기모노를 입고 다도를 배운 장면을 기억하고 있습니다. 다도의 과정이 조용하고 느리다고 생각합니다. **(응답자8)**

이 밖에는 시청자가 한국 <꽃보다 남자> 중에 나오는 전통 건물문화와 목욕문화에 관심이 있는 경우도 있다. 예를 들어, 한국판 F4 중의 한명인 윤지후의 집을 표현하는 장면이다. 많은 시청자가 이 윤지후의 집이 매우 특이하고 화려하다고 생각한다. 그리고 이 집이 한국 어디에 있는지 알고 싶어 하고, 인터넷에서 찾아보고, 관광하고 싶어 하는 사람도 있다. 또한 드라마 중에 나타난 한국의 목욕문화도 여러 중국 시청자 에게 인상적으로 남아있다. 중국에도 한국의 사우나와 비슷한 목욕탕이 있지만, 한국에 형성된 찜질방 문화와 비슷하지 않다. 그래서 드라마에서 한 가족이 같이 목욕탕에 가서 사우나를 하며 함께 시간을 보내는 장면을 본 후에, 이를 재미있고 행복한 목욕문화로 여기고 좋아한다.

> 한국의 전통건물의 장면은 기억났습니다. 예를 들어, 윤지후의 집의 장면을 보면, 한국 전통 건물이 중국 전통건물과 비슷하고 생각했습니다. 그리고 한번 가고 싶다고 생각합니다. **(응답자8)**

> 또한 한국판 중에 구준표가 금잔디 아버지 동생이랑 같이 목욕탕을 가고 몸을 불린

장면도 기억한다. 그들이 머리에 두른 타월의 모양이 재미있다고 생각한다. (**응답자 3**)

지금까지 시청자의 응답을 바탕으로 한일 양판본 <꽃보다 남자> 중에 나타난 전통문화에 관한 장면을 분석했다. 이 결과를 보면, 시청자가 드라마를 볼 때, 외국 전통음식, 외국 전통복장, 그리고 기타 독특한 외국 전통문화에 관한 장면을 주의 깊게 보면서 의미를 파악하려 애쓴다는 점을 알 수 있었다. 그리고 드라마 중에 전통문화의 특색이 나타나 있는 음식이 더욱 시청자들의 흥미를 부른다는 점도 알 수 있었다.

이상 시청자의 응답을 정리하면 다음의 <표 5-2>와 <표 5-3>과 같다.

<표 5-2> 시청자가 기억하는 일본전통문화의 장면

응답자 번호	**전통음식**		**기모노**			**다도**
	도시락	회와 스시	맞선을 볼 때	다도를 배울 때	아르바이트를 할 때	
1	○		○			○
2			○			○
3		○		○		○
4			○			
5					○	
6			○			
7	○		○			○
8				○		○
9			○			
10			○			

<표 5-3> 시청자가 기억하는 한국전통문화의 장면

응답자 번호	한국 전통음식							한복	건물	목욕
	김치	반찬	어묵	라면	무	회	죽			
1	○	○								
2		○								
3						○	○	○		○
4	○			○	○					
5	○			○						
6	○									
7	○		○							
8									○	
9	○									
10	○		○							

시청자의 대답을 정리한 표를 보면, 드라마 중에 전통문화장면이 기억되는가의 여부에는 다음의 세 가지 요소가 중요하다. 이 요소들을 갖추어야 드라마 중에 나타난 전통문화의 장면이 시청자에게 깊은 인상 짙게 남아 있을 가능성이 있다. 그럼으로써 문화융합이 이루어질 가능성도 생기는 것이다.

2. 드라마 중에 전통문화장면이 나타나는 횟수

첫째, 일본판에서는 다도 장면을 언급한 시청자가 많았는데, 그 이유는 무엇일까?

먼저 시청자 대답을 정리한 결과, "드라마에서 다도의 장면이 많이 나오기 때문에 다도를 기억 한다"란 특성이 있는 것을 발견하였다. 예를 들어,

니시카도 소지로[73]가 차를 만드는 장면, 그리고 츠쿠시가 다도를 배우는 장면이 많

73) 다도명문의 계승자, F4중의 하나.

이 나왔던 것 같습니다. (응답자2)

일본판에 다도의 장면이 많이 나왔는데, 세련되었다고 생각합니다. (응답자1)

일본판에서 다도의 장면도 많이 나왔습니다. 드라마에 다도의 계승자의 신분으로 나오는 니시카도 소지로는 여러 번 다도의 과정을 연기한 것을 기억합니다. 그리고 츠쿠시도 다도를 배운 장면이 있습니다. (응답자7)

다도에 관한 장면은 일본판 <꽃보다 남자> 중에 제7회, 제8회, 제10회 제12회 제13회 제14회 등 여러 번에 걸쳐 나타났다. 특히, F4중의 한명 니시카도 소지로의 감정변화에 따라서 다도의 장면이 많이 나왔다. 니시카도 소지로는 다도명문의 계승자이기 때문에 드라마에서 여러 번 다도의 과정을 연기하였다. 그 첫사랑도 다도를 좋아하고 다도학습반의 교사이기도 했다. 그리고 니시카도 소지로가 좋아하는 여자 유우기는 소지로의 세계를 더 많이 이해하기 위해, 다도학습반에 참가하였고 다도를 배우기도 하였다. 그래서 다도에 관한 장면이 많이 나올수록, 시청자는 다도문화의 인상이 점점 깊어진다.

둘째, 해당 나라의 전통의상이라는 공통점에도 불구하고, 시청자들은 기모노와 한복에 대해 서로 다른 인상을 갖고 있었다.

전통복장의 영역에서 한·일 양 판본의 드라마 중 기모노와 한복에 관한 장면이 모두 나타났다. 왜 시청자는 기모노에 관한 장면을 많이 기억 하지만, 한복에 관한 장면을 기억하고 있지 않을까. 심지어, 적지 않은 사람들이 "한복의 장면이 없죠?" "못 봤습니다"라고 말하였다. 예를 들어,

한복의 장면이 있어요? 기억나지 않습니다. (응답자2)

한복의 장면 못 봤습니다. (응답자1)

한국 드라마에서는 배우의 옷차림이 다 유행을 따랐던 것 같고 전통복장은 기억나지 않는다. (응답자8)

기모노는 일본판본 중에 나타난 횟수가 많다. 거의 매주 기모노에 관한 장면이 나타났다. 여 주인공이 아르바이트하는 가게에 여사장이 기모노를 입은 장면, 츠쿠시가 다도를 배울 때 기모노를 입은 장면, 그리고 츠쿠시가 맞선을 볼 때 기모노를 입은 장면 등 많이 있다. 그러나 한국판 중 한복에 관한 장면은 한 번만 나타났다. 그래서 시청자에게 한복에 관한 인상이 거의 없다.

결국 일본판 중에 다도와 기모노가 나타난 장면이 많이 있기 때문에 시청자에게 인상 짙게 남아 있다. 이렇게 해야만, 시청자가 일본다도와 기모노를 눈여겨보고 좋아할 가능성이 커진다. 반대로, 한국판 중에 한복이 나타난 장면이 한번 만 있기 때문에 시청자에 기억이 남지 않는다. 그래서 드라마 중에 전통문화장면이 나타나는 횟수는 시청자의 인상에 영향을 미친다. 전통문화장면이 나타나는 횟수가 증가할수록, 시청자의 뇌리에 남는다.

3. 드라마 중에 전통문화장면을 표현하는 구체적인 정도

그렇다면, 한국판 중에 김치를 담그는 장면이 한번 나오는데, 왜 시청자는 이 장면을 많이 기억할까?

> 한국판에서 구준표가 처음으로 금잔디의 집을 방문할 때 금잔디의 가족과 함께 김치를 담그는 장면을 여전히 기억합니다. 진짜 재미있습니다. 가족과 같이 함께 담그면서, 분위기가 좋다고 생각합니다. 그리고 드라마에서 "맛있다" "진짜 맛있다"이런 소리가 들려서 제가 한번 먹고 싶다고 생각할 정도였습니다. (응답자6)

비록 한국판 중에 김치를 담그는 장면이 나타난 횟수는 한번이지만, 김치를 담그는 과정이 생동감 넘치고, 재미있고, 구체적으로 표현되었기 때문이다. 한국판 중에 나타난 다른 음식의 장면도 많이 나오는데, 김치를 담근 장면보다 구체적이지 못하다. 그래서 김치를 담그는 장면이 시청자에게 인상적이다.

이와 반대로, 일본판 중에 나타난 다른 음식장면들은 다 간단히 언급만 하고 지나간다. 음식을 꼼꼼하게 표현한 장면이 없기 때문에 일본판중 나타난 음식에 대해 시청자의 인상이 깊지 않다.

그래서 드라마 중에 전통문화장면을 표현하는 구체적인 정도가 시청자의 인상에 영향을 미친다. 드라마 중에 전통문화장면을 구체적으로 표현할수록, 시청자에게 깊은 인상을 남긴다.

4. 드라마 중에 전통문화가 나타난 장면의 중요정도

첫 번째, 일본판에 기모노가 등장하여 구체적으로 표현된 장면이 많은데, 왜 시청자는 츠쿠시와 도묘지의 가족과 맞선을 보는 장면을 유독 많이 기억할까?

<표5-2>를 보면, 시청자는 기모노의 장면을 많이 기억한다. 그러나 츠쿠시가 도묘지의 가족과 맞선을 보는 장면이 10명 시청자 중7명으로 우위를 차지한다. 왜냐하면, 이 장면은 이야기 전개에서 중요한 부분이기 때문이다.

> 일본판 최종회에서 도묘지의 부모님과 식사를 할 때 츠쿠시가 기모노를 입은 장면을 기억합니다. 츠쿠시가 마침내 성공하였습니다. 그 장면이 나를 감동시켰습니다. **(응답자7)**

사실상, 일본판 중에 맞선을 보는 장면 외에도 기모노에 관한 장면은 많이 있다. 예를 들어, 츠쿠시가 아르바이트하는 가게에 여사장이 기모노를 입은 장면, 츠쿠시가 다도를 배울 때 기모노를 입은 장면 등 여러 번 나타난다. 그런데, 이런 장면들에 비해서도 맞선을 보는 장면이 제일 중요한 장면이다. 시청자는 "灰姑娘은 고난을 다 겪고, 최종에 왕자랑 함께 행복하게 지낸다"라는 결말을 기대하고 좋아한다. 그래서 이런 중요장면이 다른 보통장면보다 시청자에게 인상이 깊다.

둘째, 한국판 중에 금잔디가 아르바이트하는 죽 가게에서 해물죽을 요리하는 과정이 나오는데, 왜 시청자는 이 장면을 많이 기억 하지 못할까?

해물죽의 요리과정은 확실히 구체적으로 표현되었다. 그러나 이 장면은 이야기 전개상 그다지 중요하게 표현되지 않았다. 그때, 금잔디는 친구와 F4와 함께 어떤 작은 성으로 여행을 떠난 상황이었다. 그래서 금잔디가 아르바이트하는 가게에는 사장 혼자만 있었다. 그때, 해물죽의 제작과정이 구체적으로 표현되지만, 시청자들은 이 장면을 중요하지 않은 것으로 여겨, 깊은 인상이 남지 않는다.

이상의 분석결과를 정리해보면, 전통문화의 측면에서 시청자가 드라마를 볼 때, 외국 전통음식, 외국 전통복장, 그리고 기타 독특한 외국 전통문화에 관한 장면에 주의를 기울여 시청한다. 그리고 전통의 특색이 살아있는 음식이 더욱 시청자들의 흥미를 부르고 인상도 깊게 남김을 알 수 있다.

또한, 드라마 제작의 측면에서 볼 때 전통문화장면이 나타나는 횟수, 전통문화장면을 표현하는 구체적인 정도, 그리고 전통문화가 나타난 장면의 중요정도 등 세 가지 요소가 시청자의 인상에 영향을 미친다는 점을 알 수 있다.

드라마 중에 전통문화장면이 나타난 횟수가 많은 수록 시청자에게는 시각적으로 인상 짙게 남아 있다. 그리고 구체적으로 재미있게 표현하는 전통문화 장면은 시청자의 관심을 불러일으키고, 시청자에게 깊은 인상을 남긴다. 또한 드라마 중에 전통문화를 나타낸 장면이 중요할수록, 시청자에게 인상이 깊어진다. 드라마 중에 나타난 전통문화장면의 인상이 깊이 각인되어야만 시청자가 이 전통문화를 좋아하는 것이 가능하다. 그래서 드라마 중에 전통문화에 관한 장면이 나타난 횟수, 전통문화장면을 구체적으로 표현하는 정도, 그리고 전통문화가 나타난 장면의 중요정도, 이렇게 세 가지 요소는 문화융합에 영향을 미친다고 볼 수 있다.

요약하자면, 드라마 중에 음식과 복장 등 대표적이고 특색 있는 전통문화를 먼저 채택하고, 그 다음에 이런 전통문화 장면들이 나타난 횟수와 구체적으로 표현하는 정도, 그리고 이 전통문화가 나타난 장면의 중요정도, 이렇게 세 가지 요소를 적절하게 치리하고 응용하는 것은 문화융합의 과정을 좌우하는 중요한 요소와 조건이다.

제3절 문화에 대한 관심

1. 유행문화 영역

인터넷의 발달에 따라 정보가 다원화되었다. 이제 20대 시청자들은 다문화의 영향을 많이 받고 유행문화 영역의 정보를 함께 누린다. 아시아 유행의 발원지인 한·일 드라마도 아시아 유행문화를 보여주는 하나의 풍향계이다. 사실 한·일 드라마에 등장한 스타, 음악, 패션 등 유행문화를 좋아하고 모방하는 시청자가 많다는 것은 잘 알려진 사실이다. 드라마 중에 나타난 유행문화는 본국 시청자뿐만 아니라, 외국 시청자 중에도 많은 인기를 얻고 있다.

이 부분에서는 <꽃보다 남자>에 나타난 유행문화 영역에 대한 시청자의 관심을 알아본다.

첫 번째 경향은 드라마 중의 스타를 좋아한다는 것이다.

> 제가 일본판 중에 츠쿠시의 출연자 井上真央 (いのうえまお)란 일본 여배우를 좋아합니다. 원래 이 배우에 대해서 들은 적은 없었습니다. 그런데 드라마에서 연기한 고등학교 여학생 역할이 참 귀엽고 연기도 뛰어나고 츠쿠시의 굳센 성격을 잘 표현했습니다. 한국판의 금잔디보다 일본판의 츠쿠시가 더 보통사람에 가깝습니다. 일본판의 츠쿠시의 아버지는 승진할 수 없는 사원입니다. 그러나 한국판의 금잔디의 아버지는 적어도 한 세탁소를 가지고 있어요. 한일 판본에 저녁밥을 먹는 장면도 다릅니다. 일본판 중에 츠쿠시는 가족과 함께 볶음 닭껍질을 먹습니다. 그러나 한국판 중에 금잔디의 저녁밥은 상다리가 부러질 정도입니다. 한국판보다 일본판 츠쿠시가 더 진실되게 느껴집니다. <꽃보다 남자>를 본 후에 井上真央의 다른 작품을 인터넷에서 찾아봤습니다. 2007년 여름영화 <チェケラッチョ>도 봤습니다. 참 재미있습니다. 그리고 영화 중에 井上真央의 고향 沖縄(おきなわ)[74]가 참 아름답다고 생각합니다. 앞으로 沖縄에 한번 가고 싶습니다. **(응답자2)**

스타는 드라마의 유행문화를 좌우하는 중요한 요소이다. 모든 드라마에는 배우가 필수불가결한 요소이다. 좋은 배우는 시청자에게 드라마를 시청하는 중요한 동

74) 일본의 지명.

기와 이유를 제공할 뿐만 아니라, 시청자가 드라마를 시청하는 과정 중에 배우를 좋아하게 되는 경우도 있다. 앞의 인터뷰에서 시청자는 드라마 중에 나타난 배우의 사실적인 연기와 귀여운 모양을 좋아하게 되었기 때문에, 원래 알지 못했던 외국 스타에 관심을 갖고 좋아하게 된다. 그리고 한일 양 판본에 출연한 여주인공에 대한 자기 의견을 표명하고 어떤 판본의 여주인공을 더 좋아하는 이유에 대해서 조목조목 응답한 응답자들이 많았다. 또한 스타를 좋아하기 때문에, 이 스타가 출연한 다른 일본영화도 봤고 영화 중에 나타난 일본도시를 여행하고 싶다고 생각한다. 이는 드라마 방송과정 중에 시청자가 외국 스타에게 관심을 갖기 시작하면서 관련 대중문화 전반에 흥미를 보이는 문화의 융합이다.

두 번째, 드라마 중에 나타난 패션 스타일을 좋아하는 경향이다.

> 제가 줄곧 한국 드라마를 자주 봅니다. 한식의 옷 스타일을 좋아해요. 옷 하나하나는 별로 예쁘지 않아요. 그러나 모든 옷을 조합하면 너무 예쁘다고 생각합니다. 제가 원래 <풀 하우스>를 볼 때, 송혜교의 스타일을 너무 좋아했어요. 송혜교의 머리, 귀고리, 그리고 옷 스타일이 진짜 귀엽습니다. 이번에 <꽃보다 남자> 중의 금잔디는 예쁘게 생겼을 뿐만 아니라, 스타일에도 많이 변화가 있습니다. 학교에서는 낙관적인 단발머리 금잔디, 집에서는 귀여운 운동복 금잔디, 파티에서는 재미있는 '원더걸' 금잔디, 그리고 분장한 후에 공주 금잔디의 스타일 등이 모두 예쁩니다. 그 중에서 단발머리의 금잔디를 더 좋아합니다. 왜냐하면, 금잔디에 대해서 이 단발머리는 "원기" "용기"의 상징입니다. 제 생각에는, 단발머리 금잔디의 건강하고 친절한 이미지가 너무 좋아요. 그래서 저도 친구랑 같이 단발머리로 길렀어요. 또한 이 드라마에 다른 배우의 스타일도 예쁘다고 생각합니다. 특히, F4의 스타일은 화려하고 각자의 신분과 성격을 적절히 표현했습니다. 구준표의 기세와 가부장주의, 윤지후의 침울과 순수, 소이전의 예술가적 자질 등은 옷에 잘 표현되었습니다. 한국 드라마 중에 스타일의 색채가 가장 화려하고 예쁘게 표현되었다고 생각합니다. (응답자5)

> 드라마에서 금잔디학교의 교복도 참 예뻐서 좋아합니다. 드라마 방송이후 한국에서 교복패션도 유행되었다고 들었습니다. 한국뿐만 아니라 중국에도 많은 여자애들이 교복형 패션을 선호하고 있습니다. 이것 또한 드라마가 사회문화에 대해 미치는 영향이라고 볼 수 있습니다. (응답자9)

드라마 중에 나오는 패션 스타일은 인기드라마의 중요한 조건이다. 한국판 <꽃보다 남자> 중에 나오는 배우의 패션 스타일은 이제 20대 시청자들 사이에서는 너무나도 열광적인 상태에 이르렀다. 이번에 인터뷰한 중국 시청자들 중에도 <꽃보다 남자> 스타일을 좋아하는 경우가 있었다. 예를 들어, 위의 응답자5는 드라마를 본 이후에 드라마 중에 나타난 여주인공의 머리스타일을 모방하고 한식 옷 스타일을 좋아하게 되었다. 응답자9는 드라마 중에 나타난 교복형 패션을 선호한다. 시청자들이 이런 패션 스타일에 대해 관심을 갖는 것 역시 드라마 방송과정 중에 일어나는 문화의 융합현상이라 말할 수 있다.

세 번째, 드라마 중의 노래를 좋아하는 경우이다.

> 한국판 <꽃보다 남자>중의 윤지후는 최고입니다. 윤지후는 <꽃보다 남자>중에 마치 신의 존재와 같아요. 그는 예쁘고, 우울하고, 착하다고 생각합니다. 그리고 노래도 너무 좋습니다. 진짜 완미남자입니다. 원래 한국판<꽃보다 남자>중의 테마곡 '내 머리가 나빠서'가 듣기 좋다고 생각했는데, 누가 노래하는지 몰랐습니다. 그 후에 이 노래의 뮤직비디오를 TV에서 봤고, 윤지후를 연기하는 김현중도 노래하는 그룹 중에 있었습니다. 그제서야 김현중의 노래를 좋아하게 되었습니다. 이튿날에 시내에 가서 SS501의 CD를 바로 샀고 몹시 기뻤습니다. 이제 SS501의 노래를 너무 좋아하고 계속 관심을 갖고 있습니다. **(응답자4)**

> 한국판 <꽃보다 남자>의 테마곡 '내 머리가 나빠서'를 듣고 구준표의 그 애처로운 마음을 연상할 수 있었으며 또한 마음에 와 닿았습니다. 또한 한국유행음악의 매력을 느낄 수 있었습니다. **(응답자9)**

> <꽃보다 남자>를 보면서 드라마 OST '내 머리가 나빠서'에 빠졌습니다. 맬로디가 너무 맘에 들고, 가사도 감동적인 것 같았습니다. 그러면서 이 노래를 부른 SS501에 대해서도 관심이 생겼습니다. 한국의 음악, 특히 발라드에 푹 빠져서 살고 있습니다. **(응답자10)**

응답자4는 드라마를 본 이후에 드라마 중의 배우를 좋아하게 되었고, 그 후에 TV에서 드라마의 테마곡을 우연히 듣게 된 후 마침 좋아하는 그 배우의 노래라는 것을 알고, 이 노래를 좋아하게 된다. 응답자9와 응답자10은 드라마를 본 이후에

테마곡을 좋아하게 되어 SS501에 대해 새로이 관심이 생겼다. 이는 드라마 방송 과정 중에 시청자가 외국 노래를 통해 대중문화 전반에 관심을 갖는 형태의 문화의 융합이다.

시청자가 드라마를 시청한 후에 드라마 중에 나타난 외국 스타, 패션 스타일, 그리고 음악 등을 좋아하게 되는 경우가 많다. 위에 응답한 세 명의 시청자 역시 <꽃보다 남자>의 유행문화에 대해 관심을 갖게 되었다. 응답자2는 드라마를 시청한 후에 외국 스타를 좋아하게 되고, 이 스타의 다른 외국 영화작품을 찾아보고, 그리고 영화에 나타난 외국 풍경이 아름답고 촬영지에 가고 싶은 생각이 들었다고 응답했다. 이 과정은 드라마 중에 나타난 유행문화가 시청자의 기호에 영향을 주어 기존의 문화와 융합하는 과정이다.

또한 응답자5는 드라마를 시청한 후에 드라마 중에 나타난 패션 스타일을 모방하고, 응답자9는 교복패션과 음악에 관심을 갖게 되었고 응답자4와 응답자10은 테마곡과 외국 가수 그룹에 관심을 갖게 되었다. 이를 통해 시청자들이 외국 드라마 중의 유행문화에 관심이 커지는 것을 알 수 있으며, 수용자에 따라 각각 자신이 선호하는 문화 부분을 더 집중해서 보고 있음을 알 수 있다.

한 마디로, 시청자가 드라마를 시청한 후에 드라마 중에 나타난 스타, 패션, 음악 등 유행문화가 시청자의 기호와 스타일에 영향을 미칠 수 있는 것으로 보인다.

2. 전통문화 영역

각국의 전통문화는 드라마의 현실성을 높이고 문화의 특색을 살리기 위해 등장하는 경우가 많다. <꽃보다 남자> 중에 나타난 전통문화 표현장면은 앞에서 드라마의 제작과정 부분과 시청자가 주의 깊게 본 부분으로 나누어 이미 설명했다. 드라마를 시청한 후에 시청자들이 드라마 중에 나타난 외국 전통음식, 외국 전통복장 등 외국 전통문화에 대한 관심을 갖는 것이다. 중국 대학생 시청자의 응답에서 나타난 전통문화 영역에 대한 관심을 다음과 같이 세 가지 경향으로 정리해볼 수 있다.

첫 번째, 외국문화에 대한 인상이다.

제가 일본판 중의 일본문화에 대해서 관심이 많습니다. 드라마를 보면 일본은 정연한 질서를 가진 깨끗한 국가라 생각합니다. 드라마로 보기에 일본음식은 해산물이 많고 요리가 매우 정교하고 요리방법도 건강합니다. 일본다도문화도 매우 세련됩니다. 그리고 일본인의 감정과 생각이 섬세하다고 생각합니다. 원래 일본드라마를 늘 보지 않았습니다. 일본문화를 많이 알고 싶어서, 앞으로 다른 일본 드라마도 계속 볼 계획입니다. (응답자3)

일본판 <꽃보다 남자>를 볼 때, 일본 전통복장 기모노가 예쁘다고 생각합니다. 드라마로 보면, 일본사람은 맞선을 보는 장면과 제사 지내는 장면 그리고 다도를 하는 장면 등 중요한 경우에는 반드시 기모노를 입어야 합니다. 또한 제 생각 에는, 일본 여자는 귀여운 스타일을 좋아하는 것 같습니다. 왜냐하면, 드라마에 여자들이 자주 "可愛い"[75]라고 말 하였습니다. 일본에서 "可愛い"는 "귀엽다"의 뜻일 뿐만 아니라, 마치 "예쁘다", "좋다", "멋지다" 등 많이 의미를 포함하는 것 같습니다. 그리고 한국과 일본은 다 예절을 숭상하는 국가라 생각합니다. 학교 중에 "선배"와 "후배"도 있고, 가족 중에 장유유서의 전통도 있습니다. 그리고 한국의 대학교가 진짜 예쁘다고 생각합니다. 한국판 <꽃보다 남자> 에 나오는 "계명대학교"에 관한 자료를 찾아 볼 수 있습니다. 말에 의하면, 계명대학교는 한국에서 캠퍼스가 예쁜 학교에 항상 꼽히는 대학교로 드라마나 영화 촬영지로 자주 사용된다고 합니다. 한국으로 유학하면, 저도 이 학교에 다니고 싶습니다. (응답자1)

이상의 두 시청자는 드라마를 본 이후에 외국 사회와 대중문화에 대해서 새롭게 가진 자신의 의견과 느낌을 설명한다. 응답자3은 드라마의 시청을 통해 일본사회, 일본요리, 일본다도, 그리고 일본인의 생각에 대해 나름대로 자신의 견해를 갖게 되었다. 응답자1은 드라마의 시청을 통해 일본 전통복장, 일본 말, 일본대중문화, 그리고 드라마 중에 나타난 일본 촬영지에 대해 주관적으로 좋은 인상을 갖게 되었다. 이런 외국 문화에 관한 인상의 형성 과정은 드라마 시청 후에 점진적으로 일어나는 문화영역의 융합이다.

한국과 일본음식에 관심이 있습니다. 한국전통음식은 작은 접시가 많고 요리는 너무 풍성하다고 생각합니다. 그리고 드라마에 볼 때, 김치, 떡볶이 등 한국음식은 보기에

75) 일본말로 "귀엽다"이다.

붉디붉고 너무 매운 것 같습니다. 한국에 온 후에 이런 것들을 먹고 맵지 않고 맛있다고 생각합니다. 그리고 드라마 중에 한국과 일본 사람은 회를 먹는 장면이 다 있습니다. 중국에서 음식을 날로 먹지 않고, 설사할까 두려워합니다. 그래서 중국 유학생은 감히 먹을 수가 많이 없습니다. 그런데 제가 한번 회를 먹어보고 나니 입맛이 좋고 영양이 풍부하고 생각합니다. (응답자9)

음악 이외에 <꽃보다 남자>에서 나오는 여러 가지 음식이 인상적이었습니다. 김치, 어묵, 떡볶이, 순대 등은 물론이고 불고기나, 막창, 닭발을 먹으면서 소주를 마시는 음주 문화도 인상적이었습니다. (응답자10)

이 두 명의 시청자들은 <꽃보다 남자>를 시청한 후에 한국 전통음식에 대해 더욱 깊은 관심을 갖게 된다. 이 과정은 시청자가 드라마 시청을 통해 외국전통문화를 융합하게 되는 과정을 보여준다.

이처럼 드라마가 방송되는 과정 중에 시청자가 외국사회와 외국대중문화에 대해 새로운 인상을 가질 수 있다. 다른 나라가 제작하는 드라마는 그 나라의 언어, 환경, 음식, 복장, 국민의 기호와 습관 등환경,중문화, 그리고 종교, 예절 등 사회문화가 많이 포함되어 있기 때문에, 시청자가 드라마를 보는 과정 중에 외국 사회와 문화에 대해 자기 의견과 관점을 갖는 것은 매우 자연스러운 일이다. 이 과정은 시청자가 드라마의 시청을 통해 외국문화에 대한 주관적인 견해를 갖게 된다는 측면에서 중요한 문화 융합이라 할 수 있다.

두 번째, 외국문화를 좋아한다.

구준표가 처음에 금잔디의 집을 방문할 때 금잔디의 가족과 함께 김치를 담그는 장면을 여전히 기억합니다. 진짜 재미있습니다. 가족과 같이 함께 담그면서, 분위기가 좋다고 생각합니다. 그리고 드라마에서 "맛있다" "진짜 맛있다" 이런 소리를 듣고 제가 한번 먹고 싶다고 생각했습니다. 그래서 바이두[76]에서 한국김치를 담그는 방법을 찾아보았습니다. 이 방법에 따라 처음에 스스로 해보았습니다. 냉장고에 넣어두었다가 먹으니 제가 만든 김치의 맛도 괜찮습니다. 그러나 정통한국김치를 한번 먹고 싶습니다. (응답자6)

76) 중국의 유명한 검색 엔진. http://www.baidu.com

일본판 <꽃보다 남자>를 볼 때, 일본다도의 장면이 많이 나타났고 일본다도문화에 관심이 갔습니다. 특히 차를 음미하는 과정이 참 우아하다고 생각합니다. 제가 일본다도에 관한 지식을 더 많이 알고 배우고 싶습니다. 그리고 기회가 있으면 일본다도문화를 한번 체험 해 보고 싶습니다. (응답자8)

시청자가 드라마를 시청한 후에 드라마 중에 나타나는 외국 전통문화를 좋아하게 되는 경우도 많다. 위에 두 명 중국 시청자들이 한일 양판 <꽃보다 남자> 중에 나타나는 한국 김치문화와 일본 다도문화에 대해 관심을 가졌고, 좋아하게 되었고, 스스로 체험해 보고 싶었다. 응답자6은 한국판 <꽃보다 남자> 중에 나타난 김치에 관한 장면을 본 이후에 김치 담그는 방법에 관심을 갖고 스스로 체험해봤다. 응답자8은 일본판 <꽃보다 남자> 중에 나타난 일본다도의 우아한 차를 만드는 과정에 흥미를 느껴 다도에 관한 지식을 알고 싶어 했다. 이 과정은 시청자들이 드라마의 시청을 통해 외국 전통문화에 대한 기호를 갖게 되는 방식으로 일어나는 문화융합이다.

세 번째, 외국문화에 대한 탐구이다.

일본판 <꽃보다 남자>를 시청할 때, 니시카도 소지로[77]가 가지고 있는 신표에 관심을 갖고 주의 깊게 보았습니다. 한 특별한 작은 나무패에 정묘히 새겨 넣은 "一期一会" (いちごいちえ)란 한자를 읊습니다. "一期一会"는 무슨 뜻인지 알 고 싶어서 자료를 찾아봤고, "일본다도의 정신"이라 이해하였습니다. "一期"는 인생의 뜻이고, "一会"는 하나 밖에 없는 만남이라는 뜻입니다. 다도를 연기하는 사람은 "일생에는 한번만 만난다"의 마음을 갖고, 차의 맛을 즐기러오는 손님마다 성심성의껏 접대하는 의미입니다. 인생 중에 한번뿐니다만남일 수도 있습니다. 그러므로 인생에서 한번뿐니다 소중한 마음으로 상대방을 접대해야 합니다. 드라마 중에 니시카도 소지로는 일본다도 명문의 계승자이니까, "一期一会"는 또한 니시카도 소지로 사랑에 대한 해석입니다. 니시카도 소지로가 첫 사랑뉄다소중히 여기고, 그러나 이 사랑뉄다놓친 후 계속 "一期一会"의 기분을 갖고, 인생 중에 유일한 여자를 이미 만난다고 놓친다고 생각해서 플레이보이가 되었습니다. 유우기[78]와 만날 때 까지, 다시 원래의 자기로 돌아갔습니다. 이런 상황을 이해한 후, 니시카도 소지로의 캐릭터가 좋아졌습니다. 그리고 "

77) 일본 다도명문의 계승자 . F4중의 하나.

78) 츠쿠시의 침구, 니시카도 소지로를 사랑한다.

一期一会"란 말과 "一期一会"의 정신을 좋아합니다. (응답자7)

시청자가 드라마를 시청한 후에, 드라마 중에 나타나는 외국 문화에 대한 취미가 생기고 꼼꼼하게 탐구하는 경우도 있다. 시청자가 일본판 <꽃보다 남자>를 시청할 때, 드라마 중에 나타나는 외국전문적으로 전통문화용어에 관심이 있고, 이해하고 싶었다. 이 과정은 시청자가 드라마의 시청을 통해 외국전통문화에 대해 지식 측면에서의 문화융합이다.

이상의 결과를 바탕으로 보게 되면, 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>에 나오는 대중문화와 전통문화가 중국 시청자의 생각, 기호, 지식 등 측면에 영향을 준다는 것을 알 수 있다. 만화원작드라마 방송과정 중에 일어나는 세계화 융합의 모델을 <그림3-1>의 2단계 '세계화융합'과 같다. 2단계가 보여주는 것은 드라마의 방송과정 중에 외국대중문화와 전통문화 등의 측면에서 시청자가 경험하게 되는 생각과 인식의 변화 과정이다. 만화 원작이 드라마로 제작되는 과정을 '로컬화'라 한다면, 드라마 시청 과정은 '세계화'로 설명할 수 있다.

제6장 결론

제1절 연구요약 및 결론

문화의 세계화와 영상산업의 발전에 따라 만화를 원작으로 한 영상물 제작은 점차 늘어나는 추세다. 만화는 애니메이션, 게임, 영화, TV 드라마 등을 망라하여 관련 산업에 원작을 제공하고 있다. 특히 만화를 원작으로 하여 제작된 드라마는 아시아 지역에서 인기가 많다.

2009년에 한국 KBS 드라마 <꽃보다 남자>가 일본 인기만화 <花よりダンゴ>를 원작으로 제작됐고, 아시아 지역에 '꽃남 따라잡기 열풍'으로 이어졌다. <꽃보다 남자>에 출연한 배우들의 헤어스타일부터 의상, 액세서리까지 유행하면서, 헤어숍에서는 구준표 파마머리가 인기를 모았고 패션가에서 F4의 프레피룩이 유행했다. <꽃보다 남자> 관련 상품은 대부분 대박 행진을 이었다. OST 수록곡들은 모두 큰 인기를 끌었고, 꽃남 악보까지 출간돼 판매되고 있다. 드라마에 장소협찬을 한 뉴칼레도니아와 마카오 등은 인기 여행지로 새롭게 부상하기도 했다.

이처럼 <꽃보다 남자>를 원작으로 제작된 드라마는 한국뿐만 아니라, 대만과 일본 등에서 세 가지 판본으로 제작되었고 모두 큰 인기를 얻었다. 그렇다면 한 편의 만화를 원작으로 세 나라에서 제작된 드라마가 아시아 지역에서 방송되는 현상은 아시아 지역의 문화융합과 어떠한 관련이 있을 것인가.

본 연구에서는 문화 융합의 시각으로 이 시대의 만화가 어떤 의미를 갖고 있는지, 구체적으로 "만화원작드라마가 제작 방송되는 과정 중에 아시아 문화가 어떻게 융합되는지"에 관한 문제를 고찰해 보고자 했다. 이를 위해 본 연구에서는 한·일 양판본의 <꽃보다 남자>를 중심으로 문화융합과정의 모델을 두 단계로 설명하였다.

1단계에서는 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>에 대해 각각 내용분석의 연구 방법을 사용하여, 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>에 나타난 전통문화현상을 집중

분석함으로써, 만화원작이 드라마로 제작되는 과정 중에 발생하는 문화의 로컬화 융합과정을 설명했다.

2단계에서는 중국의 대학생들을 대상으로 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>에 대한 심층 인터뷰를 실시하고, 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>가 방송되는 과정 중에 중국 20대 시청자에게 일어난 영향과 변화를 고찰해 봄으로써, 문화의 세계화 융합을 설명하고자 했다. 그리고 만화원작드라마의 방송 과정 중에 일어난 문화 융합에 영향을 미치는 요소는 무엇인지 탐색해보았다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다.

먼저, 융합과정의 측면에서 볼 때 원작이 드라마로 제작되는 과정과 드라마가 수용되는 과정의 두 가지 단계를 나누어서 설명할 수 있다.

첫째, 만화원작이 각국 드라마로 제작되는 과정은 문화의 '로컬화 융합' 이다. 여기의 '로컬화 융합'이란 만화원작이 드라마로 제작되는 과정 중에 만화자체의 줄거리와 제작하는 나라의 문화가 융합되는 과정을 의미한다. 한일 양판본 <꽃보다 남자>에는 각국의 전통문화에 대해 묘사한 장면이 많이 나타난이 나타난이한국판 드라마의 경우, 원래 만화에는 없는 한국 음식, 한복, 한식 목욕탕, 그리고 한국 전통건와 등 한국전통문화에 대한 장면들이 많이 나온다. 예를 들면, 한국판 중에 남주인공 구준표가 여주인공 금잔디 집에서 금잔디 가족과 함께 김치를 담그는 장면이 있었다. 김치는 원작 만화에서 절대로 볼 수 없는 것자체의 국적인 요소가 중요한 드라마적 장치체의추가된 대표적인 사례다. 이러한 김치가 드라마에 중요한 의미로 등장한 것은 만화가 드라마로 제작되는 과정 중에 일어난 전통문화의 로컬화 융합이라 볼 수 있다. 이러한 로컬화 융합 과정은 만화원작에 새로운 창의성을 부여면이 시청자에게 새로운 느낌을 줄뿐만 아니라, 시청자에게는 특정 나라의 음식, 복장, 풍속 등 전통문화를 느낄 수 있게 해준다.

둘째, 제작된 드라마가 방송된 후에 시청자가 시청하는 과정은 문화의 '세계화 융합' 이다. 여기의 '세계화 융합'이란 드라마를 방송하는 과정에서 시청자가 드라마를 볼 때 그 문화에 영향을 받아 생각과 인지와 행동 등의 측면에서 변화가 일어나는 과정을 의미한다. 인터넷의 발달에 따라 이제 20대 시청자들은 다문화의 영향을 많이 받고 유행문화 영역의 정보를 함께 누린다. <꽃보다 남자>에서 나타난 문화적 요소와 코드들도 많은 인기를 끌었다. 또한, 이 드라마를 보고 타문화에

관심을 갖게 된 외국 시청자도 많다. 외국 사회에 대해 관심을 갖고 외국 전통문화를 좋아하고, 그리고 그 전통문화를 심층적으로 배우고 이해하려는 시청자들도 적지 않다고 할 수 있다. 이 과정에서 타문화에 대한 시청자의 태도는 점차 변화하게 된다. 이는 문화의 '세계화 융합'이라 할 수 있다.

이상으로 만화원작드라마의 문화융합과정의 모델을 살펴보았다.

두 번째로는 문화수용이라는 측면에서 볼 때 시청자가 '왜 드라마를 보게 되는지', '어떤 장면을 인상깊게 보는지', '어떤 영역에 관심이 있는지' 등에 따라 다음과 같은 몇 가지의 조건들을 생각해볼 수 있다.

첫째, 드라마의 줄거리, 배우, 광고PR 등의 세 요소들은 문화 융합의 전제 조건이라 할 수 있다. 중국 시청자를 대상으로 한일 양 판본 <꽃보다 남자>의 시청동기와 이유에 대한 인터뷰를 한 결과 자발적인 시청과 수동적인 시청 두 가지 유형이 있음을 알 수 있었다. 구체적인 시청이유로는 드라마의 줄거리, 배우, 그리고 광고PR이 가장 중요한 세 가지로 드러났다. 이 세 가지의 조건이 갖추어져야 시청자들이 특정 드라마를 시청할 가능성이 있으며 그 과정에서 드라마를 통해 문화융합이 이루어질 가능성도 생기는 것이다.

둘째, 드라마 중에 표현되는 전통문화 자체의 인지도는 시청자의 문화 수용 정도에 영향을 미친다. 드라마 중에 특색 있는 전통문화가 나올수록 시청자들의 흥미는 커지고 그에 따라 더 인상깊게 기억하게 된다. 이는 인터뷰의 결과를 통해 잘 드러난 사실이었으며, 상징적 의미를 갖고 있는 잘 알려진 전통문화가 시청자를 끌어들이는 매력이 더 있고 깊은 인상을 줄 수 있음을 의미하는 것이다. 시청자는 인상이 깊이 각인된 전통문화에 대해 전반적인 호감도를 보이는 것으로 나타났다.

셋째, 드라마 중에 전통문화장면이 나타나는 횟수는 시청자의 인상에 영향을 미친다. 전통문화장면이 나타나는 횟수가 증가할수록, 그에 대한 시청자들의 이해도도 함께 깊어진다. 특히 전통문화가 드라마의 줄거리와 잘 어울려 나타날 경우 시청자들은 시각적으로나 의미상으로 깊은 인상을 받는 경향이었다. 드라마 중에 나타난 전통문화장면이 내러티브와 잘 어울리고 인상이 깊게 각인되어야만 시청자가 이 전통문화를 좋아하는 것이 가능하다.

넷째, 드라마 중에 전통문화장면을 표현하는 구체적인 정도가 시청자의 인상에 영향을 미친다. 드라마 중에 전통문화장면을 구체적으로 표현할수록, 시청자들은

깊은 관심을 나타낸다. 구체적으로 재미있게 표현된 전통문화 장면은 시청자의 관심을 불러일으키고, 출연자들의 대사나 극적 표현 등으로 전통문화장면이 구체적으로 묘사되면 시청자들은 이 전통문화에 더 큰 호감을 나타냈다.

다섯째, 드라마 중에 전통문화가 나타난 장면의 중요정도가 시청자의 인상에 영향을 미친다. 드라마 전개 과정 중에 의미상 중요한 장면에서 전통문화가 등장할수록, 시청자들은 인상 깊은 것으로 기억하고 있었다. 이는 전통문화가 단순히 볼거리를 제공하는 배경으로 사용되는 경우보다 내러티브와 잘 연결될 때 더 호의적인 수용이 일어남을 의미한다.

여섯째, 드라마 중에 나타난 스타, 패션 스타일, 음악 등 유행문화가 시청자의 기호에 영향을 미친다. 시청자가 드라마를 시청한 후에 외국 스타, 패션, 음악 등을 좋아하고 그 스타일을 모방하고, 이런 유행문화에 대해 관심을 갖게 되는 경우가 많다. 이 과정은 드라마 중에 나타난 유행문화가 시청자의 기호에 영향을 주어 기존의 문화와 융합하는 과정이다. 이는 세계화 문화융합의 과정이며, 한류 인기의 핵심 요인이기도 하다.

결론적으로, 만화원작드라마에 줄거리, 배우, 광고PR 세 가지 요소들이 갖추어져야 시청자들이 이 드라마를 시청할 가능성이 있으며 그 과정에서 드라마를 통해 문화융합이 이루어질 가능성도 생기는 것이다. 그 다음, 드라마에서 표현된 전통문화의 인지도, 전통문화장면이 나타나는 횟수, 전통문화장면을 표현하는 구체적인 정도, 전통문화가 나타난 장면의 중요정도 네 가지 요소들은 시청자에게 깊은 인상을 남길 수 있다. 드라마를 시청하는 과정에서, 드라마 중에 나타난 전통문화장면이 시청자에게 인상이 깊이 각인되어야만 시청자가 이 전통문화를 좋아하는 것이 가능하다. 그래서 이 네 가지 요소들은 문화융합의 중요한 요소이다.

드라마가 방송된 후에 시청자는 드라마의 외국 유행문화와 전통문화에 관심을 갖고, 생각, 기호, 지식 등 측면에 영향을 받고 변화한다. 한 나라의 문화가 만화원작드라마를 통해 갈수록 많은 나라의 사람들이 알고 좋아하게 되고, 그에 따라 문화와 일상생활에서 변화가 일어나는 것이야말로 문화의 세계화융합과정이라 할 수 있다.

제2절 연구의 시사점 및 한계

이제 만화를 원작으로 하는 여러 콘텐츠의 개발은 점점 더 활발하게 이루어지고 있다. 만화원작드라마는 청소년부터 성인에 이르기까지 모든 사람들이 일상적으로 쉽게 접할 수 있을 정도로 친숙한 테마로 자리 잡았고, 우리 삶에 점점 큰 영향을 주고 있다. 우리는 세계화 시대를 겪으며 타문화와 삶의 방식을 접할 기회를 더욱 많이 갖게 되고 이는 타문화에 대한 우리 생각에도 영향을 된다. 세계문화를 더 많이 접하게 됨에 따라, 우리의 지식, 기호, 감정, 생활의 측면에 외국문화의 영향이 점점 더 커지고 있다. 특히 만화는 세계 문화콘텐츠로의 활용이 비교적 용이하다는 점에서 세계 커뮤니케이션과 문화융합의 중요한 수단이다. 이는 세계화가 빠르게 진행되는 오늘날 전 세계의 보편적 현상이다.

본 연구는 일본 만화 <꽃보다 남자>를 중심으로 살펴본 만화원작드라마의 문화융합에 관한 연구이다. 만화원작드라마가 제작, 방송되는 과정 중에 아시아 문화가 어떻게 융합되는지, 현대사회에서 만화원작드라마는 단순한 오락적 기능 외에도 커뮤니케이션과 문화융합에 어떤 영향을 미치는지에 대해 분석하였다. 하지만 본 연구는 몇 가지 한계를 갖고 있다.

첫째, 심층인터뷰 대상의 한계이다. 본 연구에서는 한국조선대학교와 중국남경대학교에 재학 중인 중국 대학생 중에서 한일 양 판본 <꽃보다 남자>를 모두 시청한 10명을 대상으로 일본판과 한국판 <꽃보다 남자>에 대한 심층인터뷰를 실시하였다. 연구시간의 제약으로 인해 더 많은 응답자를 포함시키지 못한 점은 이 연구의 한계이며, 앞으로 추가 연구를 통해 보충되어야 할 부분이다.

둘째, 연구 완전성의 한계이다. <꽃보다 남자>를 원작으로 하여, 대만, 일본, 한국 세 나라에서 세 가지 판본이 제작되었다. 본 연구는 주로 한·일 양 판본 <꽃보다 남자>를 중심으로 만화원작드라마의 문화융합모델을 설명하였고, 한·중·일 세 가지 판본과 세 나라 시청자의 영향에 대한 연구를 더 포괄적으로 수행하지 못한 한계를 가지고 있다.

마지막으로, 만화 이외의 문화융합에 관한 심층적인 연구가 여전히 미흡하다는 점을 고려할 때, 향후 문화융합에 대한 심층연구를 통한 구체적인 연구가 더욱 풍부하게 지속될 필요가 있다.

참 고 문 헌

강유화 (2004). "국내 출판만화산업의 온라인(online)시장 분석 및 발전방안연구",「만화애니메이션연구」, 65.

강인성 (2006). "드라마 원작 만화-힘센 만화는 사방팔방으로 튄다",「기획회의」, 171호, 46.

강일구 (2000).「카툰과 풍자로 압축시킨 작은 우주」, 초록배 매직스.

김소연 (2007). "만화를 재현한 드라마 의상 디자인 연구-작품「궁」을 중심으로", 홍익대학교, 의사디자인학과, 석사학위논문.

김승민 (1989). "학습만화의 교육적 기능에 관한 연구", 중앙대학교, 신문방송학과, 석사학위논문, 11.

김승현 (1996). "매스미디어와 세계문화: 이론적 고찰", 임상원 · 최현철 편,「한국사회와 언론」, 나남, 606-628.

김영사 (2004). "허영만표 만화와 환호하는 군중들", 한국만화문화연구원, 182.

김용락 · 김미림 (2000).「서사만화개론」, 범우사, 56.

김진두 (2004). "출판의 다른 매체 활용화 현상 연구", 한국출판학연구, 55.

김창민 (2005).「세계화 시대의 문화 논리」, 한울아카데미.

남승연 (2007). "만화 원작 TV 드라마 연구-「풀 하우스」,「궁」을 중심으로", 한국드라마학회,「드라마연구」, 제4권, 제26호, 219-222.

랜들P. 해리슨 (2008). 하종원 옮김,「만화와 커뮤니케이션」, 한나래출판사.

박길성 (1995). "근대성에서 세계성으로", 김경원 · 임현진 공편, 「세계화의 도전과 한국의 대응」, 나남, 86.

박인하 (1997).「만화를 위한 책」, 교보문고, 35.

배정아 (2006). "출판만화 콘텐츠의 'OSMU'활성화 방안 연구-한국과 일본의 사례비교를 중심으로", 중앙대학교, 신문방송학과, 석사학위논문, 37-39.

양건열 (2003).「문화정체성 확립을 위한 정책방안 연구」, 한국문화정책개발원.

양은경 (2003). "동아시아의 트렌디 드라마 유통에 대한 문화적 근접성 연구",「방송연구」,

여름호, 208.
양희 (2008). "드라마, 만화에게 길을 묻다-만화원작드라마에 대하여",「지반환경이야기」, 제9권, 제1호, 37-39.
오정심 (2006). "글로벌 융합시대의 문화시설 운영방안 연구", 문화체육관광부 아시아문화중심도시추진단 연구원,「인문콘텐츠」, 제15호, 80-82.
우선제 (1999). "Web site 제작에 있어 문화적 정체성 구현에 관한 연구", 이화여자대학교 디자인학과, 석사학위논문, 55.
원혜정 (2009). "국가별 선호색체와 TV세트디자인 색채의 상호 관계성 연구: 한국 일본 대만 드라마「꽃보다 남자」의 세트 디자인", 홍익대학교, 영상학과, 석사학위논문, 75.
이우태 (2005). "일러스트레이션에 나타난 여백의 조형성에 대한 연구", 홍익대학교, 산업미술학과, 석사학위논문, 63.
이원복 (2001). "21세기 문화산업의 꽃 애니메이션", 계간 사상, 제13권, 제1호, 228.
이찬후 (2003). "만화표현의 영상적 요소에 관한 연구", 상명대학교, 디지털영상학과, 석사학위논문.
이창욱 (2008). "OSMU를 중심으로 한 문화콘텐츠의 다목적 활용에 관한 연구",「한국디자인문화학회지」, 제14권, 제3호, 373.
임청산 (1998). "문화와 만화의 조성요소와 상관성 연구", 대전대학교, 교육학과, 박사학위논문, 192.
장재욱 (1998). "전달매체로서 만화(CARTOON)가 갖는 인지의 용이성에 대한 연구", 조선대학교, 산업디자인학과, 석사학위논문, 43-49.
조대현 (1999). "문화융합 매체로서 애니메이션 특성에 관한 연구-「천공의 성 라퓨타를 중심으로」",「만화애니메이션연구」, 통권, 제3호, 12-16.
조상룡 (2007). "사례분석을 통한 OSMU의 고찰",「방송공학회논문지」, 제12권, 제5호, 424.
조영숙 (2005). "만화 텍스트를 활용한 추론 능력 신장방안 연구", 춘천교육대학교, 초등국어교육학과, 석사학위논문, 18-23.
조윤숙 (1998). "인쇄만화와 만화영화의 메시지 구성방식에 관한 연구: 원작출판만화의 TV 만화화를 중심으로", 중앙대학교, 신문학과, 석사학위논문.
「중앙일보」(2009). 1, 5.

최미란 (2008). "만화를 원작으로 한 드라마 속 패션 디자인 개발", 이화여자대학교, 의류직물학과, 석사학위논문, 27.
최혜실 (2006).「방송 · 통신 융합 시대의 문화 콘텐츠의 중요성」, 문화관광부, 20.
한국문화 콘텐츠진흥원 (2006).「만화산업백서2006」, 72-74.
한국방송영상진흥원 (1997). "디지털 현상과 과제".
Randall P Harrison (1989).「만화와 커뮤니케이션」, 이론과 실천, 16.
Scott McCloud (1993).「만화의 이해」, 시공사, 54.

Chang, Y. I. (2001). "From Globalization to Localization: The World's Leading Television News Broadcasters in Asia." Asian journal of communication, 11(1), 1-24.
Mel van Elteren (1996). "Conceptualizing the Impact of US Popular Culture Globally", Journal of Popular Culture, Vol.30, No, Summer, 55-56.
Mike Featherstone (1990). "Gldbal Culture: An Introduction." in M. Featherstone, Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity. A Theory, Culture & Society Special Issue, London, Newbury Park and New York: sage, 1-14.

中野晴行 (2004).「マンガ産業論」, 東京：筑摩書房, 69.
金榮心 (2004).「千と千尋の神隠し」考,「日本研究」, 第22號.

네이버 백과사전, http://100.naver.com/100.nhn?docid=59924, 2009,8,29.
네이버 백과사전, http://100.naver.com/100.nhn?docid=59924, 2009,8,29.
네이버 백과사전, http://100.naver.com/100.nhn?docid=779853, 2009,10,10.
네이버 백과사전, http://100.naver.com/100.nhn?docid=222320,2009,10,10.
네이버 백과사전, http://100.naver.com/100.nhn?docid=777429, 2009,10,10.
네이버 백과사전, http://100.naver.com/100.nhn?docid=41548, 2009,10,10.
네이버 백과사전 http://100.naver.com/100.nhn?docid=101497, 2009,11,3.
위키피디어 백과사전,
http://ko.wikipedia.org/wiki/%EA%B8%B0%EB%AA%A8%EB%85%B8, 2009,10,10.
위키피디어 백과사전, http://ko.wikipedia.org/wiki/%ED%95%9C%EB%B3%B5, 2009,10,10.

www.kocca.kr
http://kin.naver.com/detail/detail.php?d1id=6&dir_id=612&docid=2468877&qb=7J2867O46riw66qo64W4&enc=utf8&pid=fqXCqg331xRssvcijiZssv--031174&sid=SquL4WVjq0oAAG-odhY
http://kin.naver.com/detail/detail.php?d1id=13&dir_id=131202&docid=918683&qb=7ZWc6rWt7J2M7Iud66y47ZmU&enc=utf8&pid=fqyl3z331xNssakZgUNssv--234562&sid=Sqyg1nCKrEoAADkbLLE

부록: <인터뷰 질문지>

1）你是由于什么原因去看日版和韩版《花样男子》的?

2）在观看日版和韩版《花样男子》的时候，关于剧中出现的日本料理或韩国食物，有没有令你印象深刻的场面？请具体描述这个场面以及另你印象深刻的理由 。

3）在观看日版和韩版《花样男子》的时候，关于剧中出现的和服或韩服，有没有令你印象深刻的场面？请具体描述这个场面以及另你印象深刻的理由 。

4）在观看日版和韩版《花样男子》的时候，关于剧中出现的其他传统文化，还有没有令你印象深刻的场面？请具体描述这个场面以及另你印象深刻的理由 。

5）对于以上谈到的这些外国传统文化中，你最喜欢并且最想体验的是什么？对于这一文化你有什么样的想法？

6）对于日版和韩版《花样男子》中出现的明星，歌曲，穿衣风格等这类流行文化，你有什么样的想法？

저작물 이용 허락서

학 과	신문방송	학 번	20077748	과 정	석사
성 명	한글: 진소 한문 : 陳嘯 영문: Chen Xiao				
주 소	광주광역시 동구 서석동 조선대학교 여자기숙사 333호				
연락처	E-MAIL : xiaoxiao_319@hotmail.com				
논문제목	한글: 만화원작드라마의 문화융합에 관한 연구: <꽃보다 남자>를 중심으로 영어: A Study on TV Drama's Adaptations from Comics and Convergence of Culture: Focusing on <Flower Four>				

본인이 저작한 위의 저작물에 대하여 다음과 같은 조건아래 조선대학교가 저작물을 이용할 수 있도록 허락하고 동의합니다.

- 다 음 -

1. 저작물의 DB구축 및 인터넷을 포함한 정보통신망에의 공개를 위한 저작물의 복제, 기억장치에의 저장, 전송 등을 허락함
2. 위의 목적을 위하여 필요한 범위 내에서의 편집·형식상의 변경을 허락함. 다만, 저작물의 내용변경은 금지함.
3. 배포·전송된 저작물의 영리적 목적을 위한 복제, 저장, 전송 등은 금지함.
4. 저작물에 대한 이용기간은 5년으로 하고, 기간종료 3개월 이내에 별도의 의사 표시가 없을 경우에는 저작물의 이용기간을 계속 연장함.
5. 해당 저작물의 저작권을 타인에게 양도하거나 또는 출판을 허락을 하였을 경우에는 1개월 이내에 대학에 이를 통보함.
6. 조선대학교는 저작물의 이용허락 이후 해당 저작물로 인하여 발생하는 타인에 의한 권리 침해에 대하여 일체의 법적 책임을 지지 않음
7. 소속대학의 협정기관에 저작물의 제공 및 인터넷 등 정보통신망을 이용한 저작물의 전송·출력을 허락함.

동의여부 : 동의(O) 반대( )

2010년 2월

저작자: 진 소 (인)

조선대학교 총장 귀하