

엔카의 소비와 일본대중문화의 상실감:

1980·90년대를 중심으로*

이 경 분

1. 들어가며: 이미지 소비의 시대
2. 사라져가는 문화에 대한 애착
3. 미디어에서 소비되는 엔카
4. 허구로서 소비되는 엔카
5. 끝맺으며

* 이 논문은 서울대 일본연구소 기획연구의 일환으로 수행된 것입니다(과제번호: NRF-2008-362-B00006).

개 요

본 논문은 고도성장의 거품경제가 폭락하여 일본사회전반에 불안한 그림자가 드리워지는 시기인 1990년대 전후 엔카의 소비를 통해 일본대중문화의 변화를 살펴보고 일본사회가 욕망하는 시대적 정서를 분석해보고자 한다. 따라서 엔카에 대한 음악적 분석이 아니라, 엔카의 소비를 연구대상으로 삼아 일본 대중문화에 나타나는 컨텍스트의 변화에 집중하고자 한다. 결과적으로 이 논문은 인문학과 음악학을 접목, 융합하려는 시도라 할 수 있다.

먼저, 1980년대 말 일본사회에서 사라져가는 것에 대한 애착심이 어떤 식으로 나타나는지 복고풍의 문화현상에 대해 살펴본 후, 국민적 문화로 승격된 엔카가 1990년대 미디어에서 어떻게 소비되었는지 분석한다. 특히 1990년대 인기를 끌었던 방송 《엔카노 하나미치》 등 미디어에서 소비되는 엔카의 스트레오타입을 분석하고 허구의 시대에 엔카의 인기가 높은 원인을 엔카의 픽션화 그리고 1990년대 일본대중문화에 드리워진 ‘오리엔탈리즘적 향수’의 정서로 서술한다.

주제어: 엔카, 고향, 오리엔탈리즘적 향수, 《엔카노 하나미치》, 아시아소비, 상실감

1. 들어가며: 이미지 소비의 시대

1980년대 말과 1990년대 초반은 일본사회의 변화가 외적으로 두드러지는 때라 할 수 있다. 1970년대 고도성장기를 거쳐 1980년대 경제성장의 신화가 지속되어 경제대국의 풍요로움을 과시하던 때였지만, 1990년대 일본은 “풍요로운 사회의 붕괴”¹⁾가 가시화될 정도로 위기를 경험한다. 1985년 프라자 합의 이후 고조된 거품경제는 1991년 2월에 붕괴되어 ‘잃어버린 20년’이라는 말이 오랫동안 일본의 침체된 경제를 대변하는 대명사가 되었다.²⁾ 1989년에는 세계적 차원에서 냉전구조가 해체되었고, 이로 인해 “냉전의 수혜자였던 일본”³⁾에 그 이전까지 안정과 성장을 지탱해왔던 물질적, 이데올로기적 바탕이 균열로 뒤흔들기 시작했다. 1989년은 또한 쇼와 천황 히로히토가 십이지장 암으로 사망함으로써 63년간의 쇼와 시기는 막을 내리고, 현재의 천황 헤이세이의 시기가 시작되는 역사적인 해이다. 물질적인 풍요로움의 붕괴 뿐 아니라, 사회적, 역사적 지속성을 뒷받침해왔던 쇼와시대의 종말은 사회 전반에 상실감을 확산시켰다.

이러한 분위기를 배경으로 젊은이들 사이에서 오타쿠현상이 확산되고, 폐쇄적인 작은 공간에서 노래하는 가라오케가 폭발적인 인기를 얻는다. 사회학자 오자와 마사치(大澤眞幸)의 표현을 빌리자면, “현실조차도 언어나 기호에 의해 틀 지워지고 구조화되는” 허구의 시대이기도 하다.⁴⁾

-
- 1) 요시미 순야 / 최종길 옮김, 『포스트전후사회』 (어문학사, 2013), 219-210.
 - 2) 1990년대 일본 사회의 변화에 대해 자세한 것은 권혁태, 『일본전후의 붕괴, 서브컬처 소비사회 그리고 세대』 (제이앤씨, 2013) 참고.
 - 3) 권혁태, 『일본전후의 붕괴, 서브컬처 소비사회 그리고 세대』, 15.
 - 4) 大澤眞幸, 『不可能性の時代』 (東京: 岩波書店, 2008), 68. 오타쿠 현상도 이런 맥락에서 이해된다.

리얼리티가 아니라 이미지에 높은 가치를 부여하는 현상은 허구의 시대의 표상으로 여겨지는 도쿄 디즈니랜드⁵⁾ 같은 오락시설 뿐 아니라, 소위 고급 문화로 여겨지는 클래식음악에서도 나타난다. 1986년 10월, 도쿄에 완공된 산토리 홀은 이전의 클래식 이미지를 바꾸어 놓은 중요한 사건이⁶⁾ 되었다. 도쿄문화회관과 같이 어두침침하고 촌스러운 구식 연주홀의 분위기와 달리, 산토리에서의 연주회는 그곳에 가는 것만으로도 세련된 라이프스타일을 의미하는 상징이 되었던 것이다. 즉 음악 자체 보다 연주회장의 세련된 이미지가 더 부각되어 청중을 끌어들이는 현상이 생긴 것이다. “음악회의 패션화”라고도 칭해지는 이 현상은 “음악회가 아니라 산토리 홀에 가는”⁷⁾ 청중의 증가로 나타난다. 산토리 홀이 음향시설이 좋긴 하지만, 음악의 내용이나 음향의 차이에 대한 일가견이 있어서가 아니라, 세련됨의 이미지에 티켓을 지불하는, 즉 이미지를 소비하는 사람들이 늘어남을 의미한다.

그런데, 흥미로운 것은 1980·90년대 세련된 라이프스타일과 이미지를 추구하는 소비적 경향이 대중화되어 저변이 확대되어갔고 일본인들의 해외경험이⁸⁾ 증가하는 글로벌 시기에 일본국내에는 ‘고향품’이 일었고, “낯고 옛스러운 이미지”⁹⁾를 가진 엔카가 모두의 노래로 되었다. 그러면서 가라오케의 폭발적인 인기와 함께 “강력한 음악상품”이 된다.¹⁰⁾

5) 권혁태, 『일본전후의 붐과, 서브컬처 소비사의 그리고 세대』, 82. 오자와는 도쿄 디즈니랜드가 현실로부터의 철저한 격리를 통해 과거의 이상세계를 내부화 시킨 것으로 본다. 大澤眞幸, 『不可能性の時代』, 71.

6) 와타나베 히로시 / 윤대석 옮김, 『청중의 탄생』 (출판사 강, 2006), 167.

7) 위의 책, 170.

8) 1980년에 4백만이었던 해외여행객 수가 1990년 천만명으로 급증했다. 요시미 순야 / 최종길 옮김, 『포스트전후사회』, 239.

9) Christine Yano, *Tears of longing, Nostalgia and the Nation in Japanese Popular Song* (Harvard University Press, 2003), 17; 輪島裕介, 『創られた日本の心神话: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』 (東京: 光文社, 2010), 317.

본 논문에서는 1990년대 전후 엔카의 소비를 통해 일본대중문화의 변화를 살펴보고 일본사회가 욕망하는 시대적 정서를 분석해보고자 한다.

엔카에 대한 글은 많이 있지만, 본 연구와 관련해서 흥미로운 선행연구로서는 야노 크리스티네의 『그리움의 눈물. 일본대중가요의 노스텔지어와 국민』(*Tears of longing, Nostalgia and the Nation in Japanese Popular Song*, 2003)과 와지마 유아스케(輪島裕介)의 『만들어진 일본의 마음신화. 엔카를 둘러싼 전후 대중음악사』(創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史, 2010)가 있다. 야노는 엔카가 어떻게 일본의 국민적 문화재라는 이데올로기로 진화되는지 1990년대 불려지는 엔카를 중심으로 깊이 분석했다. 반면, 와지마의 연구는 책 부제가 암시하듯, 역사적인 접근이다. 엔카라는 용어자체에 대한 의문으로 엔카라고 불리는 대중가요가 언제 탄생했는지, 메이지와 다이쇼 시기로 거슬러 올라간다. 두 연구의 성과를 부분적으로 수용하면서 동시에 두 저술과는 다르게, 엔카의 소비에 초점을 두고 1990년대 일본대중문화에 나타나는 시대적 정서의 변화를 포착하고자 한다.

먼저, 1980년대 말 일본사회에서 사라져가는 것에 대한 애착심이 어떤 식으로 나타나는지 복고풍의 문화현상에 대해 살펴본 후, 국민적 문화로 승격된 엔카가 1990년대 미디어에서 어떻게 소비되었는지 분석한다. 특히 1990년대 큰 인기를 끌었던 방송 《엔카노 하나미치》를 중심으로 미디어에서 소비되는 엔카의 스트레오타입을 분석하고 가라오케 시대 엔카의 인기가 높은 원인을 허구성과 ‘픽션화’ 그리고 1990년대 일본대중문화에 드리워진 ‘오리엔탈리즘적 향수’의 정서로 서술하고자 한다.

10) 中河 伸俊, “思慕の涙--日本のポピュラー音楽におけるノスタルジーとネーション,” 『ポピュラー音楽研究』 7 (日本ポピュラー音楽學會 編, 2003), 61.

2. 사라져가는 문화에 대한 애착

요시미 순야는 일본의 고도성장과 지역개발이 남긴 것은 한편에서는 “가족의 변용과 자기의 폐색”, 다른 한편에서는 “농촌의 붕괴와 자연의 황폐”라는 표현으로 포스트고도성장기 일본사회의 빈곤과 피폐함을 서술한다.¹¹⁾ 고도성장을 통해 풍요로움을 얻었지만, 다른 의미에서 “더할 나위 없이 풍요로움을 잃었다”는 것이다.¹²⁾ 젊은이들이 대도시로 대거 떠났던 고도성장기와 달리, 포스트고도성장기에는 당시 젊은 세대가 고령화되고, 급격한 인구감소로 인해 일본 농촌이 재생산능력을 잃고 붕괴의 위기에¹³⁾ 직면하게 된다. 이러한 위기를 극복하기 위해 다양한 시도가 이루어졌다.¹⁴⁾ 본 논문에서는 먼저 사라져가는 문화를 살리고자 하는 시도로서 마을 만들기 운동과 문화 일으키기 운동에 대해 살펴보고자 한다.

(1) 고향을 강조하는 ‘마을 만들기’ 운동

‘마을 만들기’, ‘마을 일으키기’(村おこし) 운동은 이전까지의 공장 유치를 중심으로 하는 정책에서 탈피하여 지역의 창의적이고 주체적인

11) 요시미 순야 / 최종길 옮김, 『포스트전후사회』, 142.

12) 위의 책, 142.

13) 위의 책, 143-144. 고도성장기 많은 청년들이 도시로 떠났을 때 농촌에 머문 젊은 이들도 있었는데, 이들이 90년대에 고령에 도달한 것이다. 포스트 고도성장기의 농촌 붕괴는 고도성장기와 달리 농업을 계승할 젊은 세대가 없는 데에 그 원인이 있는 것이 특기할 점이다.

14) 『아사히 연감』에 따르면 이미 1970년대 U-턴(고향으로 돌아가는 현상)이라는 용어가 생겼지만, 이것이 농업의 부흥으로 이어지지는 못했다고 한다. 藤井淑禎, 『景觀のふるさと』(東京: 教育出版株式會社, 2003), 127. 그러다가 80년대에 일차적으로 농촌에 대다수 지지자를 둔 자민당정부가 農林水産省을 통해 지역개발, 농촌사업에 적극적인 지원을 하기 시작했다.

산업진흥책의 요구를 반영한 것이다. 고향 정보센터가 1985년 10월 도쿄에 설립되고, 1700개 이상의 시정촌(市町村)을 홍보하는 사업이 추진되었다.¹⁵⁾

다케시타 정부가 “고향 창생론(創生論)”¹⁶⁾이라는 비전을 1988년 “고향 창생 1억엔 사업”으로 실행하면서 규모에 상관없이 일본의 모든 3057개의 시정촌에 각 1억엔씩을 보조하는데, 고향의 봄이라고 느낄 정도로 고향에 대한 관심이 고조되었다.¹⁷⁾ “단순히 국토의 개발이나 지역의 부흥이 아니라, 일본국민 전체가 보다 행복하고, 즐겁고 충실한 인생을 살 수 있는 일본열도의 창조”를 목표로 했지만, 1억엔 사업은 많은 부작용을 낳았다. 어떤 지자체는 1억엔으로 금괴를 사서 전시하는가 하면, 어떤 지자체는 복권을 구매하는 데 사용하는 경우도¹⁸⁾ 있었다고 한다. 그럼에도 불구하고 이를 통해 일본의 대중매체, 미디어에서는 농촌과 고향, 지역이 조명을 받았다. 물론 이전부터 이미 농촌의 붕괴와 국토전체에 붕괴의 조짐이 보이기 시작했으므로, 지역의 역사나 자연을 수호하는 마을 살리기 움직임은 정부의 정책이전부터 지역민과 지자체의 필요에 의해 스스로 추구되어오던 터였다.

15) 1700개 이상의 시정촌에 4억5천만엔 지원. 심포지엄, hotline 설치, 팜플렛, 뉴스레터, 가이드북 등 홍보사업에 지원하였다. Jennifer Robertson, *Native and Newcomer, Making and remaking a Japanese city* (University of California Press, 1994), 24. 하지만 고향 운동은 1974년으로 거슬러 올라가는데, 미시마초(三島町)에서 지역활성화 운동의 하나로서 시도한 것이다. 고향과 자연을 갖지 못한 도시민을 대상으로 미시마초의 아름다운 자연과 인간의 따뜻한 인정을 접하게 함으로써 마을의 입장에서는 자연을 보전하고, 생활의 윤택을 가지고자 하는 기획이었다.

16) 다케시타 총리가 총리취임 직전에 출간한 『素晴らしい國・日本』(講談社, 1987)의 부제이다.

17) <http://www.ued.or.jp/media/34/20080229-FURUSATO.pdf#search=%E7%AB%B9%E4%B8%8B%E3%81%B5%E3%82%8B%E3%81%95%E3%81%A8%E8%AB%96> (검색일 2013. 6. 3)

18) “고향창생사업,” <http://blog.goo.ne.jp/windy-3745-0358/e/5a34e7a26918803807a3d5736f774bc4> (검색일 2013. 6. 3)

1980년대의 마을 만들기 사업은 ‘마음’을 강조하며 ‘고향’이라는 키워드를 이용하는 현상을 보인다. 구체적인 예를 들면, 야마카타현 니시카와초(山形縣 西川町)에서는 1984년 “고향의 마음을 당신에게”라는 표어를 내걸고 고향 쿠폰을 발행하여 회원에게 山茶, 과일, 미소 등의 농산가공품을 직접 제공, 판매하는 사업을 벌였고, 또한 민박 지원, 관광객 증대를 꾀하였다.¹⁹⁾

과거 일본 농촌의 이미지는 뒤떨어진 곳, 황폐한 곳, 개발되어야 할 곳, 합리화되어야 할 곳으로 여겨졌지만, 이제 전통적인 문화가 남아 있는 지역으로서의 농촌은 도시민의 향수의 대상으로 상품 가치를 가지게 되었다. 고향 관광, 농촌 관광으로 활용되면서,²⁰⁾ 열등했던 농촌이 ‘정신적인 고향’, ‘마음의 고향’, ‘새 고향’ 등으로 이미지 변화가 시작되었다. 이러한 현상은 1984년 도쿄의 메구로구 및 다이토구와 자매 결연을 맺은 도치기(栃木)현의 아와노마치(粟野町) 사례에서도 잘 보여준다. 아와노마치는 도시주민의 “자연 속 휴양활동” 장소로 (휴양시설) “고향의 숲”(ふるさとのお森)을 만들고, 농산물의 직판, 스포츠 대회, 마츠리의 참가 등을 통해 상호교류를 꾀하였다.²¹⁾

이러한 농촌의 소득과 직접적인 연관을 가지게 되는 마을 만들기 사업은 전통예능을 내세울 때 그 성과가 높은 경향을 띄게 된다. 일본 농림수산성의 1987년 연차보고서에서도 보듯이, 나가노현의 시모이나군(下伊那郡)에서는 “고향의 마음과 문화의 결정체라고도 말해지는” 눈(雪)마츠리, 엽불 춤, 인형 등의 민속예능을 7개 정촌이 함께 연대하여 山國문화의 제전으로 개최하였다고 한다. “지역문화의 계승과 발전을 꾀한” 것은 도시민과의 교류에 지속적인 성과를 내는데 기여했다고 평

19) 일본 農林水産省, 『昭和59年度農業の動向に關する年次報告』, 193.

20) 도쿄도의 세다가야구와 자매결연한 군마현 가바와무라(川場村)는 “농업 플라스 관광의 마을 만들기”를 시도하였다. 위의 책, 193.

21) 위의 책, 193.

가된다.²²⁾

(2) ‘문화 일으키기’ 운동

사라져가는 것에 대한 관심을 ‘하드웨어’ 측면에서 시도한 것이 ‘마을 일으키기’ 운동이었다면, ‘문화 일으키기’ 운동은 ‘소프트웨어’의 측면에서 시도된 것이었다. 사라져가는 일본의 대중음악문화의 유산을 집대성하고자 전개된 이 시도는 메이지, 다이쇼, 쇼와시기에 불린 노래 중에 남기고 싶은 노래 한 곡을 1인당 한 개 선정하여 엽서로 보내는 운동이었다. 시기적으로 1989년 3월부터 5월까지 3개월간 진행되었는데, 그 배경에는 1989년 1월 7일 쇼와 천황 히로히토의 사망으로 쇼와 시기(1925-1989)가 막을 내리는 것과 관련이 있었다고 하겠다.

일본전국에서 응모된 엽서는 총 65만7천2백23통이었고, 총 곡목 수는 5240곡이었다.²³⁾ 14개의 단체(일본 PTA전국협의회, 일본청년의회소, 일본청년단협의회, 전국 공민관연합회, 전국지역부인단체연락협의회, 일본작사가협회, 일본작곡가협회, 일본작곡가협의회, 일본음악저작협회, 일본레코드협회, 지역활성화센터, 일본방송협회, NHK서비스센터, NHK교향악단)가 전국실행위원회로 조직되고, 각 지역에는 지역실행위원회가 조직되어 “일본인의 노래, 고향의 노래 100곡”(日本のうた ふるさとのうた 100曲)을 선정하는 대규모 사업이 진행되었다. 각 지역에서 100곡을 선정해 온 것에서 전문가로 구성된 자문위원회가²⁴⁾ 최종 100곡을 선정하였다. 그 결과 거의 모든 지역에서 공통으로 나타나는 현상은 <고추잠자리>(赤とんぼ)나 <고향>(故郷)이 1, 2등을 차지했다는

22) 農林水産省, 『昭和62年度農業の動向に關する年次報告』, 198.

23) 古茂田信男 編, 『日本流行歌史』(下) (東京: 社會思想社, 1997), 85.

24) 小山内美江, 金田一春彦, 三枝成章, 平山郁夫, 三國一朗의 5명으로 구성되었다. 古茂田信男 編, 『日本流行歌史』(下), 86.

점이다.²⁵⁾

<고추잠자리>나 <고향>이 1, 2위에 전혀 들어 있지 않은 곳은 오키나와와 나가노현 뿐이었다. 오키나와에서는 민요 <파초천>(芭蕉布)이 1위, 동요 <완두꽃>(えんどうの花)²⁶⁾이 2위를 차지했다. 일본과 역사와 문화, 전통이 다른 오키나와에서 이런 결과가 나온 것은 당연할지도 모른다. 반면 나가노현의 경우는 <테루테루 보즈>(てるてる坊主)가 1위, <영경귀의 노래>(あざみの歌)가 2위를 차지하고 3위가 <고향>이다. 나가노의 경우 왜 이런 결과가 나왔는지 자세히 알 수는 없지만, 공통점은 1949년에 발표된 <영경귀의 노래>를 제외하고 모두 다이쇼 시기까지의 동요나 민요라는 점이다.

이런 결과가 나온 것은 엽서 응모자의 78%가 여성이었고, 응모자의 연배는 60대가 28%, 50대가 24%로 50-60대의 중장년층이 과반수(52%)를 넘었다는 것에서 찾을 수 있을 것이다.²⁷⁾ 1920-30년대 출생의 중장년층 여성이 적극적으로 참가하게 된 것은 쇼와 천황의 죽음으로 인한 과거에의 노스텔지어와도 관련이 있는 것으로 사료된다. 1989년 초 천황이 사망했을 때 실시한 인터뷰 조사에 의하면, 고령자의 경우 “패전과 점령을 거치면서도 퇴위하지 않았던”²⁸⁾ 천황을 전쟁시기와 전후 체험과 연결시키는 경향이 강했고, 천황의 죽음은 이들에게 쇼와라는 시간의 종말이자 자신의 인생이 이루어졌던 “장소의 상실”을 의미했다.²⁹⁾

25) 각 현별 베스트 파이브를 표시한 표는 古茂田信男 編, 『日本流行歌史』(下), 88-89. 참고로, 일본 문부성 소학교 창가 <고향>(1914) 뿐 아니라, (일본의 음악대부로 여겨지는) 야마다 코사쿠가 작곡한 동요 <고추잠자리>(1927)도 1965년 NHK에서 《모든 이의 노래》(みんなのうた) 프로그램으로 방송될 정도로 일본인이면 누구나 아는 민요 같은 노래이다.

26) 이 동요는 오키나와음악의 아버지로 칭해지는 미야라 초호(宮良長包)가 1924년 작곡하였다.

27) 古茂田信男 編, 『日本流行歌史』(下), 85.

28) 요시미 순야 / 최종길 옮김, 『포스트전후사회』, 137.

29) 위의 책, 138.

대다수 쇼와시기에 태어나거나 그 때 소학교 교육을 받았던 세대에게 천황 히로히토로 대표되는 쇼와의 종언은 “국민 공동체 시대의 종언”³⁰⁾에 다름 아니었다. 이런 노스탤지어의 분위기에서 중장년층이 고향과 과거를 떠올리는 사운드는 어린 시절 부르고 들었던 노래, 즉 창가나 동요였다.

(3) 일본 국민문화로 승격된 엔카

1989년 1월 7일 쇼와 천황이 사망하여 사회 전반적으로 쇼와 시기의 종말이라는 상실감이 확산되고 있을 때, 5개월 후인 6월 24일 전후 일본 대중음악계의 여왕이라고 불리는 미소라 히바리(美空ひばり)가 사망한다. 쇼와 가요계를 대표하는 히바리의 죽음은 쇼와 시기의 종말을 절감하게 하는 기폭제였다. 특히 일본정부가 미소라 히바리가 사망한지 얼마 되지 않은 7월 6일 ‘국민영예상’을 수여한다. 수상 사유는 히바리가 일생동안 진지하게 가요를 통해 국민에게 꿈과 희망을 주었다는 것이다. 국가가 공인하는 이상의 수상은 히바리의 생애 전체를 최대의 영광으로 올려주고, 여성으로서 최초, 가수로서 최초 국민영예상의 수상자라는 역사적 의미를 안겨주었다. 이로 인해 히바리의 장례식을 국장으로 치루게 되는데, 히바리는 한 명의 가수가 아니라, 국민적인 인물로 승격되었음을 의미한다. 이와 더불어 히바리의 음악, 즉 엔카는 1980년대 말 일본의 ‘역사적 문화재’라는 영예를 안게 되었다.³¹⁾

하지만, 이런 결과가 일어날 수 있게 되기 전까지 엔카를 ‘일본의 마음’으로 이데올로기화 하는 오랜 과정이 있었음을 간과해선 안 될 것이다.³²⁾

30) 요시미 순야 / 최종길 옮김, 『포스트전후사회』, 140.

31) 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 305. 대중음악 ‘작곡가’로서 최초로 국민영예상을 수상한 사람은 고가 마사오이다.

잠시 일본대중음악사의 큰 틀에서 엔카를 조망해 본다면, 엔카가 인기절정에 이르게 되는 때는 1970년대이다. 1973년 가수 가스가 하치로(春日八郎)가 ‘엔카란 무엇인가’라는 리사이틀을 개최하였는데, 이것이 문화재예술제 대중예능부분 대상을 받게 되어 엔카 장르에의 인식이 형성되기도 한 때다.³³⁾ 하지만, 인기절정에 올랐던 엔카가 1970년대 말부터 80년대에는 아이돌과 뉴뮤직에 밀려 쇠퇴의 길로 접어들게 된다. 물론 1980년대 엔카 가수 중 밀리언셀러가 없지 않지만,³⁴⁾ 안방자리는 10대, 20대의 음악에 내주게 된다. 한 때 유행했다 사라지는 것이 대중음악의 속성이듯이, 1980년대 주름잡던 아이돌음악과 뉴뮤직은 다시 J-Pop이라고 칭해지는 젊은이들의 자작 자연풍의 음악이 주류 레코드 가요가 되고, J-Pop에 밀려 1990년대에는 쇠퇴하고 만다. 이러한 변화의 주변에 맴돌면서 엔카는 히바리의 죽음과 함께 1980년대 말 공인된 국민적 문화재로 취급되어 정착된다. 이 과정을 조금 더 자세히 살펴보자.

이렇게 엔카가 일본의 마음, 일본 특유의 것이 되기 위해서는 엔카의 정화 또는 건전화가 전제되어야 하리라 생각된다. 원래 엔카는 불륜의 암시, 물장사 풍의 분위기, 불행, 원망, 야한 노래라는 이미지를 가졌으므로. 이것이 일본적, 국민적인 것으로 공인되려면, 이미지 쇄신이 필요하게 된다. 엔카의 새로운 이미지, 즉 ‘오래되고 좋은 일본’의 풍습, 좋

32) 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 7. 미국에서도 1987년에 재즈음악을 국민적 음악으로 만드는 움직임이 있었는데, 전통적인 재즈 음악이 부활하는 현상이 있었다. 개리 기딘스 외 / 황덕호 옮김, 『재즈 - 기원에서 오늘까지』 [원제: Jazz] (까치글방, 2012), 659. 정보를 준 재즈 뮤지션 김책씨에게 감사한다.

33) 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 299-300.

34) 1980년대에 밀리언셀러로 오리콘 차트에 진입한 엔카를 보면, 그 속에 갈말과 향수와 상실감이 들어있다. 호소카와 타카시(細川たかし)의 <야기리의 나룻터>(矢切の渡しやぎりのわたし)(1983), 조우노우치 사나에(城之内早苗)의 <수국>(あじさい橋)(1986), 요시 이쿠조(吉幾三)의 <雪國>(1987) 그리고 이시하라 유지로(石原裕次郎)의 <북의 여인>(北の旅人)(1987)이 그렇다.

은 풍경이나 아련한 분위기를 담은 그림 엽서 같은 엔카 이미지는 고야나기 루미코(小柳ルミコ)의 밀리언셀러 <나의 조카마치>(私の城下町), <축제의 밤>(お祭りの夜), <세토의 신부>(瀬戸の花嫁)³⁵⁾에서 각광을 받는다. 고야나기 루미코를 통한 엔카의 “가정화”, “청순화”는 디스커버리 재팬(Discovery Japan)의 ‘좋은 일본’ 이미지를 연상시킨다.³⁶⁾ 특히 <세토의 신부>는 (일본국철이 1970년대 오사카 만국박람회가 끝난 후, 대량인구이동에 대응하기 위해 증편된 잉여 기차를 활용하고자 여행 붐을 기획한) 디스커버리 재팬 캠페인의 선전가요 <좋은 날 여행하자>(いい日旅立ち)³⁷⁾와 같은 J-Pop 노래와 거의 구분하기 힘든 곡이다.

밝은 양지로 나온 엔카가 신선함으로 인기를 끌었지만, 1970년대 말 고도성장기의 모던한 시대적 감각을 대변하기에는 한계가 있었던지, 엔카는 급속도로 쇠퇴하면서 축소 재생산된다. 하지만 특기할 것은 이러한 때 엔카=일본의 마음이라는 신화가 만들어지기 시작한다는 것이다. 여기에 기여한 것은 무엇보다도 일본의 대중매체, 미디어였다 할 수 있다. 예를 들면, 1977년 『아사히 저널』에서 “엔카 - 현대에 저항하는 일본의 마음”라는 특집을 만들었던 것에서 그러하다. 아이돌과 뉴뮤직이 대중음악의 메인 스트림으로 떠올랐을 때, 낡고 초라해진 엔카를 ‘일본의 마음’라는 높은 가치로 치켜세우고자 하는 의도가 역력하다. 또한 공영방송 NHK가 1981년부터 엔카 가수만 출연하는 첫 TV 가요방송 <<NHK 가요홀>>³⁸⁾을 기획했는데, 1981년 3월 4일 『아사히 신문』이 이

35) <http://www.youtube.com/watch?v=2PEhB8deBjU> (검색일 2014. 3. 20)

36) 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 299.

37) 작사·작곡자는 다니무라 신지(谷村新司), 1978년 11월 야마구치 모모에(山口百恵)가 불러 히트쳤다.

38) <<NHK 가요홀>>를 보는 시청자 중 43-48%는 40대 후반에서 60대 연령으로 중장년층의 인기방송이었다고 한다. 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 306. <<NHK 가요홀>>이 중고년층의 인기방송인데 비해 <<자! 베스트 텐>>은 시청자의 84%가 10대 후반이었을 정도로 젊은 층의 인기가 있었던

방송프로그램을 따로 기사화한 것은 엔카 가수만으로 구성된 NHK TV 음악방송이 이전에 없었기 때문이다. 신문은 《NHK 가요홀》 방송을 “엔카를 중심으로 하는 신가요프로”로 소개하면서 히트곡 차트에 의한 곡선정이 아니라, 예로부터 일본인에게 친숙한 “마음의 노래 가요곡”들로 구성되었다고 마음을 강조한다.³⁹⁾

NHK 방송이 엔카에 대한 관심을 가지게 된 배경에는 1970년대 말 엔카의 쇠퇴가 일종의 위기의식으로 작용했을 가능성이 크다. 이미 야노 크리스티네, 와지마 유아스케가 지적했듯이, 엔카를 전국적 차원에서 청취자에게 노출시킴으로써 엔카가 국민적 문화로 여겨지게 한 것은 NHK의 기여라고 할 수 있다.⁴⁰⁾ 시대에 뒤쳐진 이미지로 자연 쇠퇴해가는 가요를 확실하게 살리는 길은 유행에 좌우되지 않는 ‘우리 모두의 노래’로 만드는 것이리라. 다시 말하면, “엔카를 시장의 가치와는 구분되는 문화유산”⁴¹⁾으로 만드는 것이야말로 엔카를 확실히 보호하는 조치일 것이다. 이것은 NHK의 《고향의 노래축제》(ふるさとの歌祭り)가 지역의 전통예능을 전국적으로 방송함으로써 지방문화의 전통예능이 부흥하는 데 기여했던 것과⁴²⁾ 비슷한 맥락이다. 차이점이 있다면,

프로그램이었다. 장수방송 NHK의 《홍백가합전》에서도 엔카 가수가 많이 등장하지만, 엔카 중심은 아니다. 1990년대 시청률이 떨어졌다고 하지만 그래도 50%를 유지했다. 古茂田信男 編, 『日本流行歌史』(下), 84.

39) 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 309.

40) Christine Yano, *Tears of longing*, 19; 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 311. 지금도 지상파방송 《노래자랑》, 《가요홀=가요콘서트》, 《홍백가합전》은 엔카 신에서 최고의 무대로 여겨진다.

41) 1970년대 후반 “엔카 내셔널리즘”(輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 301)이 1989년 미소라 히마리가 죽은 후 행해지는 신격화로 결실을 맺게 된 것도 이런 맥락에서 이다.

42) “NHK 방영으로 향토예능의 인식이 높아”지거나, “전승활동이 활발해지면서 시민자력으로 ‘전승관’을 세우는” 지역도 있었다. 松平 誠, “地域 傳統文化 活性化와 映像 - NHK <후루사토노 우타마쓰리>에 관한 실증적 연구,” 『한국민속학』 29 (1997), 365.

엔카의 경우 1980년대 말 가라오케 박스의 대중적인 인기로 인해 집단적 소비가 가능해졌고, 그 덕분에 엔카가 일본의 마음, ‘국민적 문화제’라는 인식이 정착하는 데 유리하게 작용했다는 점일 것이다.⁴³⁾

3. 미디어에서 소비되는 엔카

(1) 엔카는 어떤 노래인가?

그런데 히바리는 정말 엔카의 여왕인가? 엔카란 어떤 노래인가? 엔카에서 가장 먼저 떠오르는 이미지는 요나누키 음계(4번째와 7번째 음을 사용하지 않는 5음음계)의 사용으로 인한 옛스러움인데, 중장년이 선호하는 노래, 퍼포먼스에서 부각되는 과다한 감정 표현 스타일, 강한 바이브레이션 가창법 등의 특징을 가진 노래를 엔카라고 할 수 있다.⁴⁴⁾ 특히 여성 엔카 가수들 또는 드물기는 하지만 남성가수들의 기모노 차림에서 옛 것, 오래된 이미지를 발신하는 시각적 메시지가 연상되는 노래이다. 전후 대표적인 엔카의 대가로서 미소라 히바리, 기타시마 사부로(北島三郎), 모리 신이치(森進一), 야시로 아키(八代亞紀), 사카모토 후유미(坂本ふゆみ), 이시카와 사유리(石川さゆり), 호소카와 다카시(細川たかし) 등을 염두에 둘 수 있다.

하지만, 엔카를 음악적 요소로 정의한다는 것은 매우 힘든 일이다. 흔히 요나누키 음계를 엔카의 음악적 특성으로 부르지만, 엔카라고 불리는 노래 중에는 요나누키 음계가 아닌 노래가 수없이 많다. 이미 앞서 언급되었지만, 1970년대 초에 데뷔하여 밀리언셀러를 내었던 엔카 가

43) 이런 현상을 “가라오케 내셔널리즘”이라는 용어라고 칭하기도 한다. 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 304.

44) 이에 대해서는 Christine Yano, *Tears of longing*, 172 참고.

수 고야나기 루미코의 <세토의 신부> 같은 C장조의 노래가 그렇다. 이 노래는 엔카라는 카테고리로서 1972년 큰 히트를 쳤지만, 오히려 J-Pop에 속할 법한 노래이다.

엔카라는 장르가 공통적인 음악적 요소에 근거한 일관된 음악스타일이 아님은 와지마 유아스케의 연구에서도 주장된다. 와지마의 연구에 의하면, 엔카라는 장르는 음악적인 공통점이 있는 것이 아니라, 1960년대에 레코드회사의 마케팅 전략으로 재발견된 것이라는 것이다.⁴⁵⁾ 다시 말해 가요의 음반판매를 위해 고안된 전략적인 카테고리였으므로, 과거에 만들어진 노래들을 거슬러 올라가서 지칭하게 되었다. 따라서 엔카는 음악장르라기 보다 다양한 가요곡을 포괄하는 용어이자, 다른 노래와 구분하기 위한 ‘장치’라는 주장이 가능하다.⁴⁶⁾ 이런 배경 속에서 엔카를 “J-Pop에 속하지 않는 가요곡 전부”라고 통칭하는 경향이 확고하게 되는 것은 1990년대였다.⁴⁷⁾

1990년대 유행한 115개의 엔카 가사를 분석한 야노 크리스티네의 연구에 따르면, 엔카 가사에서 가장 많이 등장하는 키워드는 “꿈, 마음, 당신, 눈물, 울다, 술, 여자”이다.⁴⁸⁾ 이런 단어들이 전형적인 엔카의 분위기를 형성해준다고 할 수 있겠다. 엔카의 정의 및 엔카적 분위기에 대해서는 별도의 논의가 필요하므로 여기서는 지면 상 생략한다.

다른 한편, 엔카에 일본인 특유의, 전통적이라는 의미부여를 하게 된

45) 輪島裕介, 『創られた日本の心話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 301; Christine Yano, *Tears of longing*, 41.

46) 輪島裕介, 『創られた日本の心話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 319. 저자 와지마 유아스케는 앞으로 엔카라는 용어 대신에 ‘쇼와가요곡’이라는 용어가 대세를 이룰 것이라 주장한다. 또한 2000년대에 들어서면서 엔카를 가요곡의 한 부분으로 보는 견해도 두드러진다.

47) 이에 대해서는 北川純子, “ポピュラー音楽の諸相,” 『現代日本社会における音楽』(放送大学, 2008), 163; 輪島裕介, 『創られた日本の心話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 289-230.

48) Christine Yano, *Tears of longing*, 4장 참고.

것은 1970년대 이래 생겨난 것으로 그 역사가 길지 않다는 것도 엔카를 둘러싼 논의에서 특기할 점이다. 1980년대 중반쯤 되면 일본인에게 엔카는 “북지향”(北志向)으로 “일본의 독특한 가요형태”⁴⁹⁾라는 것이 통설이었다. 하지만, 조용필과 같이 외국 가수들이 등장하여 엔카를 일본가수보다 더 잘 부르는 경우가 있었고, 타이, 대만 등 남쪽지방에서 <우박>(水雨), <돌아와요>(歸ってこいよ)와 같은 일본의 엔카가 유행을 하는 것에서 엔카에 대한 ‘북지향’에 의문이 제기되기도 했다.⁵⁰⁾ ‘만들어진 전통’의 논리적 허술함을 상상할 수 있는 대목이다.

하지만 실제로 엔카의 기원에 대한 의문은 이미 이전에 다양한 설이 있었는데, 그 중 하나가 ‘한국 기원설’이다. 1970년대 중반 일본의 신좌파계문화의 거물이었던 문화평론가 히라오카 마사야키(平岡正明)는 그의 책 『명창 수호전』(歌入り水滸傳, 1974)에서 엔카는 “재일조선인의 마음”을 주제로 한 노래라고 주장한다.⁵¹⁾ 이 가설에는 엔카를 “반체제의 대항축”으로 보고자 하는 좌파적 의도가 들어있다. 즉, 히라오카는 엔카=일본의 마음이라고 하는 체제옹호적인 입장에 반대하고자 하는 것이다. 1963년부터 2013년까지 NHK의 《홍백가합전》에 50회라는 역대 최다 출연을 한 인기가수 기타시마 사부로에 대해서 “원래 일본인은 그 정도로 엔카를 잘 부를 수 없지만, 그는 일본인이다”라고 히라오카는 적고 있다.⁵²⁾ 이렇 정도로, 엔카의 기원을 재일조선인이라는 가설을 설파하고 있는데, 한국에서 트로트가 ‘왜색가요’로 비판을 받고 있으므로 흥미로운 현상이 아닐 수 없다.

49) “演歌の南志向を裏付けた好企畫,” 『放送文化』(1984/03), 8.

50) 1984년 1월 26일 개최된 일본 후지테레비의 《제1회 국제 엔카 그랑프리 대회》에 대한 『放送文化』(1984/03)의 보도에서 대표적인 아시아 엔카 가수로서 조용필 사진이 소개되어 있다. 위의 글, 8.

51) 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 301.

52) 기타시마 사부로의 대표곡 중 하나가 <축제>(まつり)인데, NHK 《홍백가합전》에서 6회나 불려졌다. 위의 책, 301.

실제로 일본에서 떠돌았던 엔카의 한국기원설은 미소라 히바리를 비롯해서 엔카의 대가 중 제일조선인이 많다는 풍설과 함께 한국 가수의 레코드를 일본에서 판매하기 위한 전략으로 자주 등장하는 선전 문구에서 비롯되기도 했다.⁵³⁾ 하지만, 무엇보다도 한국기원설의 구체적 근거는 고가 마사오(古賀政男)가 소년시절 식민지 조선에서 살았고, 그의 음악에 3박자가 많다는 것으로 그의 멜로디가 조선민요의 영향을 받았다는 것이다.⁵⁴⁾ 이런 논의에서 얻을 수 있는 것은 엔카가 서양음악을 일본식으로 수용한 하나의 형태이지만, 엔카의 역사적 전개에 있어서 식민지 조선의 음악문화와 한국인이 깊이 관여했다는 사실일 것이다.⁵⁵⁾ 이에 대해서는 엔카의 음악적 정의와 함께 별도의 자세한 연구가 필요하다.

일본제국이 아시아에서 행한 가해자성을 규탄하고 일본국내에 있는 제일조선인과 같은 마이너리티 문제에 관심을 보이던 일본 신좌파의 엔카 ‘한국 기원설’은 좌파의 영향력이 쇠퇴하는 만큼 약화되었고, 반면 엔카=일본의 마음이라는 체제옹호적 주장이 1970·80년대 압도적인 세력을 얻게 되고 1990년대는 ‘일본적 음악’으로 확고부동한 위치에 오르게 된다.

(2) 엔카의 스트레오타입적 이미지

일본의 ‘만들어진 전통’으로서 전형적인 엔카의 고정된 이미지가 뚜렷한 실루엣을 얻게 되는 때는 1990년대 가라오케 시대라 할 수 있다.

53) 이에 대해서는 岡野弁, 『演歌源流・考』(東京: 學藝書林, 1988), 12.

54) 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 302.

55) 増淵敏之, 『欲望の音楽: 「趣味」の産業化プロセス』(東京: 法政大學出版局, 2010), 90. 엔카가 일본전통음악에 뿌리를 두고 있다고 주장하는 연구로 안성민, “식민지시대 流行歌에 끼친 일본演歌의 영향,” 석사학위 논문(한양대학교, 2002)이 있다.

초기 가라오케 시기에는 흘러간 그리운 옛 멜로디 ‘나츠메로’(懐メロ)로서 엔카가 가라오케를 즐기는 사람들(1930년대, 40년대 출생의 중년남자들)의 주레퍼토리였다.⁵⁶⁾ 1981년 10월 30일자 『아사히 신문』의 기사에 따르면, 가라오케에서 노래하는 10명 중 9명이 엔카를 선호한다고 한다.⁵⁷⁾

하지만 이러한 초기의 엔카 집중은 가라오케가 박스(폐쇄공간) 시기로 접어들어 가라오케가 더욱 대중화되어가는 1990년대에는 변화된다. 1996년의 통계에 따르면, 15세 이상 일본시민의 55.4%가 가라오케를 경험했고, 20대는 남자 73.5%, 여자 76.4%가 1년에 평균 10.5회를 이용하였다.⁵⁸⁾ 초기의 남성 중심, 중년층 중심의 가라오케 이용자 양상이 여성참여도와 젊은이의 참여도 상승으로 확대되고 있는 상황을 보여준다. 이는 곧 가라오케가 일본인의 중요한 여가활동이 되었음을 의미하는데, 레퍼토리가 다양화된 것은 쉽게 알 수 있는 일이다. 엔카를 선호하는 중장년층과 달리 젊은이들은 가라오케를 통해 주로 J-Pop을 불렀다.

그런데 가라오케 시기 특히 중년층이 가라오케에 열광했던 이유는 무엇일까? 오가와 히로시(小川博司)의 연구에 따르면, 이는 가라오케를 통해 “자신을 표현하는 완벽한 수단”을 얻게 되었기 때문으로 분석된다.⁵⁹⁾ 소비행위를 통해 다른 사람과 구별되는 개인적인 것에 가치를 두는 시대에 가라오케는 중장년층이 ‘자신만의 스토리’를 추구하는 데 유리한 장치였다. 더욱이 잊혀진 옛 노래로만 생각했던 엔카를 가라오케 박스에서 스스로 무대의 가수처럼 재현하면서 자신이 건재함에 대해 위안을 받을 수 있었다. 이로 인해 가라오케박스는 “마음을 위로하는

56) Hiroshi Ogawa, “The effects of Karaoke on Music in Japan,” edited by Hosokawa Shuhei, *Karaoke Around the World: Global Technology, Local Singing* (Routledge, 1998), 46.

57) 위의 책, 46.

58) 위의 책, 47-48.

59) 위의 책, 47.

공간”으로 작용하였다.⁶⁰⁾ 이러한 경향은 가라오케의 폭발적 인기로 심화되었고, 중장년층의 엔카의 소비도 상승하게 되었다.

아이러니컬한 것은 가라오케를 통해 각자 ‘자신의 엔카’를 불렀지만, 이는 오히려 엔카의 정형화, 균질화를 창출하는 데 기여했다는 것이 필자의 주장이다. 가라오케의 반주음향은 라이브 음악연주와 달리 녹음된 기계적인 음향이므로, 모든 노래에 똑같이 적용되는 기계적 음색은 노래의 개성을 없애버린다.⁶¹⁾ 사람이 기계반주에 맞추어 불려야 하는 상황에서 생기는 당연한 결과라고 할 수 있을 것이다. 또한 각자 자신의 선택에 따라 자유롭게 노래하는 것 같지만, 실제로는 가라오케 박스에 저장된 레퍼토리에 제한을 받고 있다. 뿐만 아니라, 노래방식이나 리듬에서도 다양화되기보다 획일적이 될 수밖에 없다. 기계가 정해주는 리듬과 빠르기에 맞추어야 하므로 전형적인 노래가 주류를 이루게 된다. 이런 조건에서 노래 자체도 비슷해지는데, 예를 들면, 가라오케 시대의 인기 엔카 가수 이시카와 사유리(石川さゆり)⁶²⁾가 부르는 <북쪽지방 눈속 여관>(北國雪の宿), <마음의 술>(心の酒), <오사카 소나기>(大阪時雨), <오사카 여자>(大阪おんな)를 들으면, 비슷하다.⁶³⁾

60) 엔카는 “오래되고, 좋은 일본의 자연과 인정”을 표현한다는 스트레오타입적인 이미지가 지배적이 된다. 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 307, 313.

61) 가라오케 시대 곡과 가수의 관계는 확실히 그 이전과 비교했을 때 달라졌다고 할 수 있다. 곡과 가수의 관계는 일대일로서 이것은 누구의 노래라는 것이 있었지만, 가라오케 시대에 아마추어들이 가라오케 레퍼토리 중에 명곡을 골라 부르듯이, 방송에 나온 가수도 다른 가수의 명곡을 부르는 경향이 노골적으로 되었다. 조용필의 <돌아와요 부산항>은 수많은 일본가수들이 불렀는데, 아츠미 지로우는 이 곡으로 70만장이라는 대히트를 쳤다. (조용필과의 인터뷰, 2014. 4. 3, 서초동 필 사무실)

62) 1977년 <津輕海峡·冬景色>의 대 히트로 유명한 전 가수. NHK의 《홍백가합전》에 총 35회 출연(2012년까지).

63) 가라오케 시대의 엔카는 가사, 곡조, 가창스타일이 서로 비슷하여, 독자적인 스타일, 새로움은 사라진다. 개성이 강한 가수는 오히려 퇴출되는 현상이 생긴다. <설국>(雪國)을 이시카와 사유리의 노래와 요시 이쿠조(吉幾三)의 노래를 비교해 보

집단적 소비를 통해 가라오케가 사람들의 노래 부르는 방식, 노래취향, 오락시간 등 엄청난 변혁을 일으킨 것은 사실이다. 1999년 8월 23일 『타임즈』에 “간디, 모택동, 쇼와천황”과 나란히 20세기 가장 영향력 있는 아시아 사람으로 가라오케 개발자 이노우에 다이스케(井上大佑)가 언급된 것은 이를 잘 반영해준다.⁶⁴⁾ 이 엄청난 대중매체 가라오케는 1970년대 이후 사양길에 접어들었던 엔카에 새로운 활력을 불어넣어 줄 수 있었고, 1990년대 일본의 국민적 문화로 자리 잡게 하는데 기여했다고 하겠다.

(3) TV방송 《엔카노 하나미치》를 통해 본 엔카의 스트레오타입

스트레오타입적인 엔카 이미지는 가라오케를 통해서 형성되고 확산되었을 뿐 아니라, 실제 방송에서도 나타난다. 1990년대 “대표적인” 엔카 방송 프로그램은 테레비도쿄의 《엔카노 하나미치》(演歌の花道)이다.⁶⁵⁾ 가라오케가 성행하던 때 인기 높았던 이 프로는 매주 일요일 텔레비도쿄의 황금시간대(22:00-22:30)에 방영되었다. 《가요홀》, 《노래사랑》 또는 《홍백가합전》에서의 진행과 달리, 엔카 가수가 노래하기 전 백그라운드 음악과 함께 기노미야 료코(來宮良子)의 구수한 내레이션이⁶⁶⁾ 드라마틱한 분위기를 연출해 내는 것이 독특하다. 이 프로그램은 ‘하나미치’⁶⁷⁾라는 제목이 암시하듯이 연극적 요소가 가미된 스토리

면, 가라오케 스타일에서 추구되는 노래스타일의 전형을 볼 수 있다.

64) 月溪恒子 外, 『現代日本社會における音楽』(放送大學教育振興會, 2008), 89.

65) Christine Yano, *Tears of longing*, 170; 古茂田信男 編, 『日本流行歌史』(下), 94. 《엔카노 하나미치》는 ‘전설적인 방송’으로서 지금도 DVD로 발매되어 판매되고 있다.

66) 기노미야 료코(1931-)는 낮은 톤의 편안한 목소리를 가진 배우, 성우, 나레이터로 유명하다.

67) 일본전통 노연극에서 배우가 입장하기 위해 지나가는 통로를 의미한다.

가 있는 가요 방송이었다.⁶⁸⁾ 매회 출연하는 가수는 대체로 3명이고, 일관되게 지속된 스타일은 술집이나 항구의 세트를 배경으로 가수가 서성이거나 기다리고 있고, 장소에 맞는 스토리를 내레이션이 소개한 후 가수의 노래가 시작된다.

이 방송에서 가장 많이 출연한 가수는 남성으로 모리 신이치(森進一), 여성으로는 야시로 아키(八代亞紀)가 각각 150회 출연했다.⁶⁹⁾ 그리고 이 방송에 출연하여 유명해진 가수로는 사카모토 후유미(坂本ふゆみ), 계은숙, 다카야마 겐(高山 巖), 고다 신(香田 晋)이 있다.⁷⁰⁾ 《엔카노 하나미치》는 인기가수들의 등용문이라 해도 과언이 아니었다.

1992년 1월부터 1993년 7월까지 7회나 출연할(기) 정도로 인기 높았던 한국의 계은숙을 예로 들어보자. 먼저 “덧없는 세상무대의 하나미치는 걸과 속이 있네/꽃피고 열매 맺어 노래 있다면, 피지 못한 꽃에도 노래 하나 있네”로 내레이션이 시작된다. 그리고 호젓한 곳에서 혼자 남자를 기다리고 있는 여성의 사연을 들려보낸다. “이 밤에 외로워 ‘하찮은 인생, 안녕’이라고 하며 울었다/엔카노 하나미치 불빛도 흔들리니 계은숙의 노래소리 들으면/왠지 몸속 깊이 스며드는 마음의 노래”⁷²⁾ 그리고 “안녕, 인생. 바이바이”라는 내레이션과 바이올린 선율이 주도하는 전주가 나오면 계은숙은 일본어로 <눈물방울>(すずめの涙)을 부른다.

68) 방송 컨셉을 22년간(1978-2000) 지속할 수 있었던 것은 대정제약이라는 한 회사의 스폰서가 있었기 때문이었다. 古茂田信男 編, 『日本流行歌史』(下), 94.

69) 위의 책, 94.

70) 위의 책, 94.

71) 같은 시기 7회 출연한 여성가수는 후지 아야코(藤 あや子), 고자이 가오리(香西かおり), 오즈키 미야코(大月みやこ)이고, 8회 출연은 가와나카 미유키(川中美幸), 고바야시 사치코(小林幸子), 사카모토 후유미(坂本冬美)이며, 이시카와 사유리는 6회 등장한다. 남성가수로서는 호리우치 다카오(堀内 孝雄)가 8회 출연으로 최대이다. Christine Yano, *Tears of longing*, 218.

72) <http://www.youtube.com/watch?v=IpKvdrGVY6U> (검색일 2014. 3. 20). 일본어 교정에 도움을 준 사토 아키히토군에게 감사한다.

조용필도 1991년 《엔카노 하나미치》에 출연하는데, “바다 저편은 파도뿐. 오늘밤도 이 가슴 다시 생각한다/절절히 느끼는 요코하마의 밤/이 바다에서 울고 있는 것은 바람 뿐 만이 아니지”라는 코멘트와 함께 <추억의 미아>(想いで迷子)를 노래한다.⁷³⁾ 가수도 다르고 내레이션의 표현은 다르지만 연출된 분위기는 비슷하다. 떠남, 상실의 상황, 채워지지 않는 갈망 상태가 전체를 관통하는 주제이기 때문이다. 엔카 가사에서 뿐 아니라, 《엔카노 하나미치》의 내레이션에서도 자주 반복되어 나오는 단어는 여자 혼자, 외롭다, 눈물, 울다, 가슴, 오늘 밤 그리고 마음의 노래이다. 이러한 《엔카노 하나미치》의 이미지를 감각적으로 확고히 하는 데에 이 프로그램의 오프닝 음악이 기여한 바가 큰데, 하향하는 D단조 3화음 모티브(A-F-D)가 반복되어 시그널처럼 나온다. 하향하는 D단조의 4음 모티브는 아래로 떨어지는 ‘음악적 눈물’ 또는 ‘음악적 비’를 연상시키면서, 눈물이 엔카의 핵심적 정서임을 부각시킨다.

4. 허구로서 소비되는 엔카

《엔카노 하나미치》에서 잘 보여주었듯이 엔카가 대표하는 전형적인 정서는 눈물의 정서이다. 젊은 층에게는 이러한 과장된 제스처와 과장되고 과잉된 감정이 신파조로 여겨져 거부감이 컸을 것이고, 촌스럽기까지 할 정도로 세련되지 못하여 현대인의 시대적 감각에도 맞지 않았을 터인데도 《엔카노 하나미치》는 1990년대 대표적인 가요방송이 될 정도로 큰 인기를 끌었다. 《엔카노 하나미치》를 풍자한 패러디 방

73) <추억의 미아>(1988년 오리콘 차트 싱글 35위)는 <돌아와요 부산항에>와 함께 일본에서 조용필을 엔카 가수로서의 이미지를 굳혔던 노래이다. 그는 1987년부터 4년간 연속 NHK방송의 《홍백가합전》에 출연한 최초의 한국 가수인데, 엔카 가수의 고정 이미지를 벗지 못했다.

송도 여러 개 있을 정도였다.⁷⁴⁾ 이것을 어떻게 설명할 수 있을까?

(1) 과잉된 감정의 허구성 또는 엔카의 ‘픽션화’

《엔카노 하나미치》를 패러디한 방송을 보면 하나의 해답을 찾을 수 있을 것이다. 하나의 예로 젊은 관객들이 선호하는 《풋볼 아워 - 엔카노 하나미치》(フットボールアワー)⁷⁵⁾라는 코메디안의 프로그램이 있다. 여기서 연출되는 패러디는 다음과 같은 간단한 논리이다. 1)여자는 남자를 붙잡고, 2)남자는 여자를 떠나가고 3)이로 인한 마음의 상처로 여자는 눈물을 흘림이라는 엔카의 클리셰이다. 이 클리셰의 하이라이트는 여장한 코메디언이 떠나는 남자 애인을 향해 “안타~”하고 절규하는 순간, 가라오케 반주음악과 함께 내레이션이 나오고, 여자는 금세 태도를 바꾸어 <눈물비>(涙雨)라는 엔카를 부르는 장면이다. 여기에서 폭소가 터진다.⁷⁶⁾

웃음을 자아내는 키포인트는 과잉된 눈물의 거짓된 제스처이다. 남자에게 버림받은 여자(여장한 남자)가 눈물을 흘리는 척하다가 가라오케 음악의 반주가 나오면, 금세 눈물을 그치고 노래를 부르는 장면은 청취자에게 그녀의 눈물이 진짜가 아니라 허구임을 적나라하게 보여준다.

이것은 《엔카노 하나미치》의 핵심을 찔렀다고 할 수 있다. 《엔카

74) TBS 방송프로그램 《고로케》에서 1980년대 일본의 유명 코메디언 고로케(본명은 瀧川 廣志, たきがわ ひろし)가 “모노마네 엔카노 하나미치”를 연출하여 웃음을 자아낸다.(http://www.youtube.com/watch?v=_n_ZwiG_Its, 검색일 2014. 3. 18)

75) 이와오 노조무(岩尾望)와 고토 데루모투(後藤輝基) 2인 콤비. http://www.youtube.com/watch?v=Ep_KRgNydCY&list=PLP_0Uhl7sP0szf2AUy1pj8zwb-vtXR6R-&index=22 (검색일 2014. 3. 18)

76) 현실에서 일어나기 힘든 의외의 모습이 젊은 청중의 웃음을 자아낸다. 웃음을 자아내는 또 다른 이유로는 낯익은 것을 무대 위에서 낯설게 보는 것 때문일지도 모른다. 이 점을 지적해 준 시부야 도모미(澁谷知美) 교수에게 감사드린다.

노 하나미치》의 청취자도 엔카의 내용이 보여주는 눈물이 결코 1990년대 일본인이 리얼하게 느낄 수 없는 허구임을 본다. 차이가 있다면, 《엔카노 하나미치》는 《풋볼 아워》처럼 직접적이지 않을 뿐이다. 반면 《풋볼 아워》에서는 가발을 쓰고 가짜 가슴과 치마로 여장한 남자 코메디언이 처음부터 허구 위에서 스토리가 전개된다는 것을 청중에게 오해 없이 보여준다.

《엔카노 하나미치》가 그려내는 ‘엔카적’ 분위기는 1990년대의 현대인이 자기 동일시를 하기에는 너무 낮은 것이 되었다. 게다가 료코의 구수한 내레이션은 무성영화의 변사같은 스타일을 연상시키며, 스토리 텔링이라는 픽션의 느낌을 확실하게 준다. 픽션은 허구일 뿐이다. 이 픽션 속에 불려지는 엔카의 부담스런 과잉 감정은 현대인의 리얼한 감정을 반영할 수 없다. 아니, 반영할 필요도 없다. 픽션으로 즐기면 되는 것이다. 디즈니랜드가 허구임을 알면서도 즐기듯이. 《엔카노 하나미치》가 만들어내는 엔카의 ‘픽션화’는 이 엔카 프로그램이 1990년대 성공할 수 있었던 하나의 열쇠로 보인다.

(2) ‘오리엔탈리즘적 향수’로서의 엔카

《엔카노 하나미치》는 이미 1978년에 시작되었지만, 오히려 1990년대에 대표적 가요방송으로 큰 인기를 끌 수 있었던 것은 또 하나의 시대적 배경과 불가분의 관계가 있다고 하겠다. 즉 1990년대 ‘노스텔지어’라는 시대적 분위기가 있었기에 가능하였다. 프로듀서 하시야마 아추시는 1993년 인터뷰에서 이 프로그램을 만든 의도를 이렇게 말한다.

나는 [이 프로그램으로] 감정의 고향을 만들고 싶다. 누구나 돌아가고 싶은 고향이 있다. 어떤 이는 시골을 떠났고, 어떤 이는 그런 시골집이 없을 지도 모르나 누구나 돌아가고 싶은 노스텔지어를

가지고 있다. 하지만, 현실에서 고향을 실제 방문하는 사치를 가지는 사람은 소수이다. 그래서 이 프로그램은 음악과 이미지를 통해 일시적으로 돌아가고 싶은 감정을 주는 것이 목적이었다.⁷⁷⁾

여기서 중요한 단어는 돌아가고 싶은 감정, 감정의 고향, 노스텔지어이다. 이를 바탕으로 하시야마 프로듀서가 의도한 《엔카노 하나미치》방송의 목적을 한 마디로 요약하면, 엔카를 통해 청취자들이 막연한 향수를 느끼며 노스텔지어의 감정을 소비하게 만드는 것이다. 이것이 90년대 청취자의 호응으로 성공을 거둔 것은 매우 시사적이다. 이는 곧 방송제작에 기저에 깔려있는 노스텔지어라는 ‘빅 비즈니스’의 마인드가 대중적으로 작동한 것을 의미한다.⁷⁸⁾

그런데 《엔카노 하나미치》가 불러일으키는 노스텔지어는 어떤 것에 대한 향수인가? 대중문화는 시대를 막론하고 상실감의 정서와 이로 인한 향수의 정서를 자양분으로 존재한다. 즉 노스텔지어는 대중문화의 존재 근거라고 할 수 있는데, 1990년대 《엔카노 하나미치》가 제공하는 노스텔지어의 독특함은 무엇이며, 그 이전의 것과 어떤 차이가 있는가?

대중문화가 작동하는 곳에는 항상 향수에의 욕망이 동원되었다면, 90년대 일본 대중문화에서 향수의 소비가 있었던 것은 그리 특별할 일은

77) Christine Yano, *Tears of longing*, 170.

78) 노스텔지어는 과거를 회상하고 과거를 미화하는 원동력으로서 과거와 관련 있을 것 같지만, 실제로는 현재와 더 밀접한 관련이 있다. 노스텔지어를 불러내고 증폭시키는 것은 “현재의 불안, 걱정, 실존적 비연속성”에 있다는 것이다. 다시 말해, 노스텔지어는 그리운 과거를 그대로 충실하게 재현하는 것에 포인트가 있는 것이 아니다. 오히려 현재의 사회적 문화적 불확실성과 불만이라는 관점에서 바라보는 ‘과거’는 현재의 요구 속에서 만들어진다. F. 데이비스 / 間場壽一·荻野美穂·細辻恵子 譯, 『ノスタルジアの社會學』(京都: 世界思想社, 1990), 170, 192-193. 대중이 그리워하는 것이 자주 ‘만들어진 과거’라는 점에서 노스텔지어는 매우 이데올로기적인 성격을 동반한다. 이와부치 고이치 / 히라타 유키에, 전오경 공역, 『아시아를 잇는 대중문화. 일본, 그 초국가적 욕망』, 또하나의 문화 2001, 234.

아닐 것이다. 하지만, 1970년대를 정점으로 인기를 잃고 쇠퇴해가던 엔카가 90년대 청취자의 호응을 얻었다는 것은 의미심장한 일이다. 1970년대 이후 엔카의 쇠퇴는 엔카가 현실 감각과 동떨어진 낡은 세계를 대변하는, 시대에 뒤떨어지고 낡은 이미지를 상징한 것에 그 이유가 있었다면, 1990년대 엔카와 《엔카노 하나미치》가 인기를 얻는 것은 대중문화 전반에 확산되고 있던 ‘오리엔탈리즘적 향수’에 근거하는 것이 아닐까 한다.

《엔카노 하나미치》의 예에서 보듯이 과잉된 감정 표현과 낮은 옛스러운 분위기 등 자기 동일시가 불가능한 연출은 청취자들이 ‘내적 거리감’을 둘 수밖에 없게 된다. 이 내적 거리감은 ‘오리엔탈리즘적 향수’를 불러내는 중요한 전제이다. 이것은 도카이 텔레비전의 프로그램 《고향 기행》(ふるさと紀行)을 제작한 프로듀서 야수다 도시오(安田達夫)가 1993년 인터뷰에서 말한 것과 일맥상통한 것이다. 즉 그는 《고향 기행》에서 고향을 물리적인 고향과 상관없는 ‘추상적인 거리’를 가진 이국적인 분위기의 이미지로 만들고자 했다고 한다.⁷⁹⁾ 이것은 또한 현대 서양인이 덜 근대화된 아시아를 동경하는 태도와도 유사한 것이다. 현대 일본 청취자는 엔카를 통해 물리적 시간성으로서의 과거가 아니라, ‘전근대적인 상태’로서의 과거를 그리워한다고 할 수 있다. 쇼와 시대를 상징하는 엔카는 1990년대 현대일본인에게 이러한 오리엔탈리즘적 향수를 맛보게 한다.

1970년대 중반까지의 엔카는 ‘자기 동일시’를 통해 위로를 받을 수 있는 장르로서 인기가 높았다면, 90년대 엔카는 ‘내적 거리감’을 통해 안도감과 그로 인한 여유를 느끼게 할 수 있었다는 데 큰 차이가 있다고 하겠다. 이렇게 엔카가 90년대 전후 다른 역할을 가지게 되는 그 배경에는 일본과 다른 아시아 각국의 관계가 변화되고 일본인의 아시아 경험

79) 安田達夫, “『ふるさと紀行』の30年,” 『AURA』 97 (1993), 89.

이 많아지고 있었던 것과 관련이 있었다.

아시아에 속하면서도 아시아와 단절된 채로 아시아가 아닌 듯한 정책을 펼쳐왔던 전후일본이 1990년대가 되면 아시아 각국에 눈을 돌리게 된다. 그 일차적 동기는 경제적 이유가 컸다. 이미 언급되었듯이, 아시아의 눈부신 경제성장으로 거대한 아시아시장이 형성되어 이것은 이전까지 일본이 생각하지 못했던 매력적인 시장으로 부각되었다. 이런 흐름을 타고 일본인의 ‘아시아 소비’는 증가하였다. 일본과 다른 식으로 근대화를 이루어내고 있는 아시아 나라에서 근대화 이전의 시대에 대한 향수를 경험하려는 경향이 있었다. 덜 근대화된 아시아나라에서 일본이 근대화를 통해 잃어버린 생명력을 보고자 함은 1990년대 일본여성들이 홍콩가수에 열광하는 것에서도 나타난다. 이들은 “타자에 대한 향수 어린 시선”으로 홍콩이라는 아시아를 소비한다. 일본인들이 홍콩 대중문화에 관심을 가지는 근거에는 “홍콩도 일본식으로 고도 경제 성장을 했지만, 일본에 없는 활기를 가짐”이 원인으로 여겨진다.⁸⁰⁾

다른 한편, 이 시기 “문화이민자”(文化移民者)⁸¹⁾들도 급격하게 나타나는데, 약 300명의 젊은 일본여성들이 발리로 이민을 가서 발리의 남성과 결혼했다고 한다.⁸²⁾ 일본보다 덜 산업화된 발리는 “파괴적 서구화가 진행되기 전의 일본에 대한 동경”⁸³⁾을 대신해주는 장소, 즉 ‘온전한’ 문화가 있는 곳으로 여겨졌다. 다시 말하면, 세련되고 모던한 것을 추구하던 고도성장기의 생활감각이 포스트고도성장기에는 덜 근대화되고, 덜 세련된 것에 대한 관심으로 변화된 것은 일본인의 ‘아시아 소비’가 증가하는 한 원인이고 동시에 결과였다. 이런 분위기는 “낮은 소리의

80) 이와부치 고이치, 『아시아를 잇는 대중문화: 일본, 그 초국가적 욕망』, 262.

81) 인류학자 후지타 유코(藤田結子)가 만든 용어. 요시미 순야, 『포스트전후사회』, 242.

82) 위의 책, 243-244.

83) 이와부치 고이치, 『아시아를 잇는 대중문화: 일본, 그 초국가적 욕망』, 262.

장르인 엔카⁸⁴⁾가 일본인에게 다시 관심을 끌게 되는 것과 밀접한 관계를 가진다 하겠다.

5. 끝맺으며

지금까지 1990년대 상실감과 허구의 시대에 엔카가 어떻게 소비되었는지, 그리고 시대에 뒤떨어진 장르로 여겨져 인기를 잃었던 엔카가 1990년대 다시 각광을 받게 되는 과정을 분석하였다. 이를 네 가지로 정리해 볼 수 있다.

첫째, 마을 만들기, 문화 일으키기와 같이 사라져가는 문화에 대한 애착심이 퍼지고 있는 가운데 엔카를 국가적으로 공인하고, 엔카를 자랑스러운 일본의 문화로서 장려하려는 분위기가 있었다. 미소라 히바리가 사후 국민영예상을 수여받게 됨으로써 미소라의 “신격화”⁸⁵⁾와 함께 엔카는 ‘일본적인’ 음악으로 확고한 위치를 점하게 되었다.

둘째, 가라오케 박스가 폭발적인 인기를 얻게 되고, 폐쇄된 작은 방에서 사람들은 마치 스타가 된 듯 열광하며 노래하는데, 이 덕분에 엔카의 집단적 소비가 가능해졌다. 미소라의 신격화와 함께 엔카가 일본적이고 전통적인 대중음악으로 정착할 수 있게 하는데 기여했다. 이러한 집단적 엔카의 소비를 통해 허구적이지만, 공동체적 안도감을 체험할 수 있는 계기가 되었으리라 생각된다.

셋째, 90년대 미디어에서 엔카의 소비가 보여주듯이, 이미지에 높은 가치를 부여하는 허구의 시대적 풍토에서 엔카는 픽션화된 형태로, 즉 스토리로서 수용될 때 그 호응도가 커짐을 볼 수 있었다.

84) Christine Yano, *Tears of longing*, 17.

85) 輪島裕介, 『創られた日本の心神話: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』, 317.

넷째, 엔카의 소비를 증대하는 중요한 원동력은 눈물의 정서에의 감정 이입이 아니라, 내적 거리감을 통해 전근대적인 것의 오리엔탈리즘적 향수를 느낄 수 있었던 것이었으리라 하는 것이다. 일본의 아시아 소비가 급증하는 배경에는 일차적으로 경제적 이유로 촉발된 것이지만, 일부 적극적인 일본여성들의 행동에서 볼 수 있듯이, 발리처럼 ‘덜 현대화’된 아시아에서 ‘온전한’ 문화를 느끼고자 하는 오리엔탈리즘적 향수에의 욕망이 일본사회에 존재했음을 알 수 있다. 이런 맥락에서 일본인이면 누구나 어렵지 않게 꿰뚫어 볼 수 있는 ‘덜 현대적’인 스타일의 엔카에서 현재의 불안함과 대비되는 안도감을 느낄 수 있으리라 추측된다.

결론적으로 90년대 일본사회에 퍼진 상실감의 분위기는 노스텔지아에의 욕망과 짝을 이루면서 엔카가 주목받게 되는 배경을 형성하였다고 할 수 있다. 물론 대중매체 있는 곳에 항상 노스텔지아에의 욕망은 있어왔지만, 이전(특히 1970년대)과 비교해서 1990년대에 달라진 것은 변화된 시대적 컨텍스트에 근거한다. 즉 1970년대가 ‘현실과 이상’이라는 긴장감 속에서 리얼리티의 감각이 있었던 시절이라고 한다면, 1990년대에는 이미지가 가치로 환원되고, 허구가 리얼리티의 세계를 압도하는 시대가 되었다. 1990년대 노스텔지아는 개인의 과거 또는 역사적 과거의 차원을 넘어서 덜 현대화된 상태, 혹은 전근대성의 노스텔지아로 규정해 볼 수 있다.

엔카가 “노스텔지어적 장르”⁸⁶⁾임은 이미 주장되었지만, 본 논문에서 강조하고자 하는 것은 결국 엔카의 소비를 통해 나타나는 1990년대의 향수는 단순한 과거에의 향수가 아니라, 전근대성에 대한 오리엔탈리즘적인 향수라는 점이다. 1990년대 엔카의 눈물과 상실감은 리얼리티로서가 아니라, 이것이 허구임을 앞에서 오는 여유와 안도감을 확인하는 데에 그 위로의 기능이 있었다고 주장하고자 한다.

86) Christine Yano, *Tears of longing*, 16.

참고문헌

- 개리 기딘스 외 / 황덕호 옮김. 『재즈 - 기원에서 오늘까지』 [원제: Jazz].
까치글방, 2012.
- 김광기. “멜랑콜리, 노스탤지어, 그리고 고향.” 『사회와 이론』 23
(2013), 173-203.
- 松平 誠. “地域 傳統文化 活性化와 映像 - NHK <후루사토노 우타마쓰
리>에 관한 실증적 연구.” 『한국민속학』 29 (1997), 357-371.
- 안성민. “식민지시대 流行歌에 끼친 일본演歌의 영향.” 석사학위 논문,
한양대학교, 2002.
- 와타나베 히로시 / 윤대석 옮김. 『청중의 탄생』. 출판사 강, 2006.
- 요시미 순야 / 최종길 옮김. 『포스트전후사회』. 어문학사, 2013.
- 이동연. 『아시아 문화연구를 상상하기 - 문화민족주의와 문화자본의 논
리를 넘어서』. 그린비 2006.
- 이와부치 고이치 / 히라타 유키에·전오경 옮김. 『아시아를 잇는 대중문
화: 일본, 그 초국가적 욕망』. 또하나의 문화, 2001.
- “演歌の南志向を裏付けた好企畫.” 『放送文化』 (1984/03), 8.
- 大澤眞幸. 『不可能性の時代』. 東京: 岩波書店, 2008.
- 小川博司. 『消費社會の廣告と音樂: イメージ志向の感性文化』. 東京: 有斐
閣, 1984.
- 安田達夫. “『ふるさと紀行』の30年.” 『AURA』 97 (1993), 86-91.
- 古茂田信男 編. 『日本流行歌史』 (下). 東京: 社會思想社, 1997.
- 月溪恒子 外. 『現代日本社會における音樂』. 放送大學教育振興會, 2008.
- 中河伸俊. “思慕の涙-日本のポピュラー音樂におけるノスタルジーとネーショ
ン.” 『ポピュラー音樂研究』 7, 日本ポピュラー音樂學會 編. 2003.
- 農林水産省. 『昭和59年度農業の動向に關する年次報告』. 1985.
- 藤井淑禎. 『景觀のふるさと』. 東京: 教育出版株式會社, 2003.
- 見田宗介. 『近代日本の心情の歴史』. 東京: 岩波書店, 2012.

- 吉見俊哉. 『ポスト戦後社会』. 東京: 岩波書店, 2009.
- 輪島裕介. 『創られた日本の心神话: 演歌をめぐる戦後大衆音楽史』. 東京: 光文社, 2010.
- 増淵敏之. 『欲望の音楽: 「趣味」の産業化プロセス』. 東京: 法政大学出版局, 2010.
- 北川純子. “ポピュラー音楽の諸相.” 『現代日本社会における音楽』. 放送大学教育振興会, 2008.
- Davis, Fred / 間場寿一・荻野美穂・細辻恵子 译. 『ノスタルジアの社会学』. 京都: 世界思想社, 1990.

Ogawa, Hiroshi, “The effects of Karaoke on Music in Japan.” *Karaoke Around the World: Global Technology, Local Singing*, edited by Hosokawa Shuhei. Routledge, 1998.

Robertson, Jennifer. *Native and Newcomer, Making and Remaking a Japanese city*. University of California Press, 1994.

Shuhei, Hosokawa ed. *Karaoke Around the World: Global Technology, Local Singing*. Routledge, 1998.

Yano, Christine. *Tears of longing, Nostalgia and the Nation in Japanese Popular Song*. Harvard University Press, 2003.

“고향창생사업,” <http://blog.goo.ne.jp/windy-3745-0358/e/5a34e7a26918803807a3d5736f774bc4> (검색일 2013. 6. 3)

<http://www.ued.or.jp/media/34/20080229-FURUSATO.pdf#search=%E7%AB%B9%E4%B8%8B++%E3%81%B5%E3%82%8B%E3%81%95%E3%81%A8%E8%AB%96> (검색일 2013. 6. 3)

http://www.youtube.com/watch?v=_n_ZwiG_Its, (검색일 2014. 3. 18)

http://www.youtube.com/watch?v=Ep_KRgNydCY&list=PLP_0Uhh17sP0szf2AUy1pj8zwB-vtXR6R-&index=22 (검색일 2014. 3. 18)

<http://www.youtube.com/watch?v=2PEhB8deBjU> (검색일 2014. 3. 20)

<http://www.youtube.com/watch?v=IpKvdrGVY6U> (검색일 2014. 3. 20)

Abstract

***Enka* and Feeling of Loss in the After-High-Growth Era of Japan**

Lee, Kyungboon

By the end and after the High-Growth Era more Japanese people tended to an consume oriented image of sophisticated lifestyle and they seemed to be globalized. Contrary to these phenomena, *enka*, which had been on the decline after 1970, was explosively consumed through the introduction of the karaoke-box. This study explores what demands of the time related to remarkable consume of *enka*, whereupon two keywords such as ‘fiction’ and ‘internal exotic’ could be analyzed.

Keywords: *hurusato*, *enka*, feeling of lost, nostalgia, reversion to Asia, Japanese popular music, *Enka no Hanamichi*

투고일	심사일	게재 확정일
2014년 4월 28일	2014년 5월4일~23일	2014년 6월 1일