

## 2009년 상반기 일본 드라마의 경향과 특징

일본의 텔레비전 방송계는 시청률이 매년 낮아지고 있는 추세에 그 반전을 위한 해결책 찾기에 고민하고 있다. 특히 각 방송국의 킬러 콘텐츠로서 중요한 역할을 하고 있는 연속 드라마의 시청률 저하 현상이 가장 큰 현안 과제로 거론되고 있다.

2009년 4월기에는 인기 그룹 SMAP의 나카이 마사히로(中居正広)가 주연한 후지테레비(フジテレビ)의 매주 월요일 저녁 9시에 방송한 <콘카츠!(婚活!)>의 평균 시청률이 10%대에 머물렀다. 보통 ‘월9’ 드라마로 불리면서 높은 시청률을 자랑하고 있는 후지테레비의 매주 월요일 9시의 드라마 편성 시간대치고는 그리 높은 시청률이 아니다.

‘월9’ 드라마가 이러한 상황에서 일본의 상반기 전 작품의 드라마 평균 시청률은 10.2%(6월 23일 현재)로 나타나고 있다. 이는 2006년 1월 쿠르(1쿠르: 3개월) 이후 두 번째로 낮은 평균 시청률로 기록되고 있다.

또한 히트한 드라마도 매년 감소하고 있다. 2006년 이후의 경향을 살펴보면 1쿠르의 연속 드라마 중에서 평균 15% 이상을 기록한 작품은 2006년 15편에서 2007년에는 9편으로 대폭 줄었으며, 2008년에는 8편까지 감소되었다. 올 4월기에는 니혼테레비(日本テレビ)가 매주 수요일 저녁 10시부터 방송한 <아이시테루~카이요우~(アイシテル~海容~)> 등이 마지막 편에서 시청률이 상승되는 경향을 보이면서 시청률이 회복되는 추세를 보이기는 했지만 15%를 넘은 작품은 <MR. BRAIN>과 <BOSS> 단 두 편에 머무르고 있다.

이번 호에서는 일본 방송계의 2009년 상반기 드라마의 경향과 특징에 대해 살펴 보도록 하겠다.

사회성 테마가 주류

일본에서 2009년 4월부터 새롭게 편성된 드라마의 전체적인 특징은 드라마의 테마에 있다. 구체적으로는 지금까지 드라마 소재의 꽃이라고 할 수 있는 러브스토리 와 학원물이 거의 없었다는 점이다. 기존의 테마와는 달리 현 사회의 문제점이나 여러 가지 사회적 사건 등과 관련된 시사적인 사안을 반영하는 드라마가 주류를 이루었다. 물론 내용의 흐름상 남녀 간의 사랑을 다루는 드라마도 있었지만 남녀 간의 사랑 그 자체가 중심이 되는, 이른바 연애물 드라마는 거의 제로에 가깝다.

일본 드라마가 한국에서 인기를 누리고 있는 이유 중 하나는 테마가 다양하다는 점이 최우선으로 꼽히고 있다. 한국의 공식화된 드라마의 테마와 스토리 구성과 달리 우리의 일상에서 흔히 일어나고 있는 사건·사고나 관심사 등을 드라마의 테마로 재미있고 친숙하게 그려내고 있는 것이 일본 드라마의 커다란 특징이자 차별화 요소라고 할 수 있다.

이러한 영향으로 NHK를 포함한 각 민간 방송국의 드라마 편성은 다양한 테마로 이루어지고 있다. 물론 시대의 트렌드 등에 완전히 자유롭다고는 할 수 없지만 사극의 열풍이 불었다고 해서 모든 채널이 사극으로 편성되는, 그러한 일률적인 현상이 일본에서 나타나는 일은 드물다.

최근에는 사회성 짙은 테마가 많이 등장하면서 드라마의 주류를 이루고 있다. 사회성 테마가 이렇게 많이 등장한 것은 일본에서도 드문 현상으로 받아들여지고 있다. 그러나 시청자들로부터는 이러한 사회성이 짙은 테마의 드라마를 보고 자신이 느낄 수 없었던 사회 현상과 변화 등에 대해 간접적으로 느끼고 배울 수 있는 계기가 되었다는 긍정적인 평가가 많이 나오고 있다.

### 시대 풍속 코미디물 드라마

시대와 경제 상황이 변하면서 사회 풍속도 새롭게 변하고 있다. 지금까지와는 다른 현상들이 나타나고 있으며, 이러한 새로운 현상은 현 사회를 살아가고 적응해 가는 데 있어서 당연한 것들 중 하나로 우리의 삶에 자리 잡고 있다.

이러한 변화 중 하나가 젊은이들의 결혼에 관련된 새로운 현상이다. 학교에서 학업을 하는 기간이 끝나고, 때가 되면 취직을 하고 반려자를 만나 결혼하는 것을 당

연시하던 우리 부모님 세대와는 달리 오늘날은 취업과 결혼 문제가 사회 문제가 되고 있으며, 젊은이들의 가장 큰 걱정거리로 자리하고 있다. 특히 불경기 등의 영향으로 결혼 적령기와 미혼자의 비율이 높아지고 있는 오늘날의 취업과 결혼 문제는 젊은이들로 하여금 새로운 행동과 대책을 세우게 하고 있다.

일본에는 ‘슈우카츠(就活)’라는 말이 있다. 이는 ‘취직활동(就職活動)’의 준말로, 젊은이들이 때가 되면 취직하기 위해서 관련 자격증을 취득하거나 관심 있는 분야의 회사에 응모를 하고 언제라도 면접을 볼 수 있도록 관련 자료와 정장 차림을 하고 구직 활동을 한다. 보통 대학교 3학년 2학기가 되면 이러한 취직 활동이 본격적으로 이루어지며, 대학 캠퍼스에는 정장 차림의 남녀 학생들이 눈에 띄기 시작한다.

이러한 ‘슈우카츠’에서 온 말로 작년에 일본에서는 ‘콘카츠’라는 신조어가 커다란 주목을 받았다. ‘콘카츠’는 ‘취직 활동’을 줄여서 ‘슈우카츠’라고 말하는 것처럼 ‘결혼 활동(結婚活動)’을 줄여서 하는 말로, 취직을 위해서 그에 맞는 준비와 활동이 필요한 것처럼 결혼을 위해서도 동일한 의미의 준비와 활동이 필요하다는 것이다. ‘콘카츠’라는 말은 작년 봄에 《혼활시대(婚活時代)》라는 책이 출판되면서 각종 미디어에서 거론되기 시작했다. 이 책은 사회학자와 저출산 고령화 사회의 문제를 주요 테마로 다루고 있는 저널리스트가 공동으로 집필한 것이다. 현재 젊은 사람들 중에서 4명 중 1명은 평생 독신으로 살 수 있다는 예상을 하고 있는 저자들은 결혼을 위한 결혼 활동이 반드시 필요한 시대가 되었다고 지적하고 있다.

일본 최대 규모의 민간 방송국인 후지테레비는 이러한 내용을 드라마로 그리고 있는 <콘카츠!>를 매주 월요일 저녁 9시에 방송했다.

오늘날 우리 주변에서 문제시되고 있는 테마를 다루고 있는 <콘카츠!>는 드라마 속의 주인공과 비슷한 세대의 젊은 층과 결혼을 앞둔 자녀의 일로 깊은 고민을 하고 있는 부모 세대 시청자들의 주의를 끌었다. 방송이 시작된 4월의 단기적인 시청률을 조사한 비디오리서치의 조사 결과에 따르면 16.3%(2009년 4월 20일~4월 26일)의 고시청률을 기록했다. 그러나 이와 같은 시청률은 기복이 없이 꾸준하게 이어지지는 못했다. 드라마가 시작된 초기에는 15%를 넘는 높은 시청률을 기록하면서 순조로운 시작을 했지만 중반에는 8.8%를 기록하면서 후지테레비의 인기 드라마 편성 시간대인 ‘월9’ 사상 가장 낮은 시청률을 기록했다. 그러나 드라마가 중

료된 뒤 <콘카츠!>의 평균 시청률은 10.5%로 나타나고 있다. 물론 평균 시청률이 드라마 합격점 시청률이라고 알려져 있는 15% 이상의 고시청률을 기록하지는 못했지만 사회 문제를 다루는 테마로서 약간에 불과하지만 평균 10%를 넘는 시청률을 기록했다는 것은 높이 평가할 수 있다고 하겠다.

<콘카츠!>는 불경기의 영향으로 30대 중반에 회사를 그만두게 되는 주인공을 둘러싼 내용으로 그려져 있다. 실제로도 주인공 역할을 맡았던 나카이 마사히로는 30대 중반으로 같은 세대의 고민을 연기로 능숙하게 표현했다.

주인공은 우연히 구청에서 임시 직원을 모집하는 광고를 보고 응모를 한다. 그런데 문제는 주인공이 응모 자격 등을 꼼꼼히 살펴보지 않은 상태에서 직원 모집에 응모를 하게 된다는 것이다. 주인공은 면접시험 중에 기혼자가 대상이라는 것을 알게 되고, 미혼인 주인공은 어떻게 해서든지 취업에 성공하기 위해서 머잖아 결혼한다고 거짓말을 한다. 드라마는 이렇게 절정을 향해 한창 속도를 내면서 전개된다.

<콘카츠!>는 일본 드라마 특유의 약간의 유치함과 배우들의 오버 연기로 코믹하게 전개되지만 오늘날의 어려운 취직 현실과 경제력 등의 문제로 결혼이 늦어지고 있는 현대 젊은이들의 고민을 그대로 반영하고 있다. 그리고 이러한 고민이 저출산 고령화의 사회적인 문제로까지 이어지고 있는 지금의 상황에 대해 재미와 함께 시사적인 메시지를 전달하고 있다.

또한 일본의 공공방송 NHK는 같은 시기에 결혼 문제를 테마로 하는 드라마 <콘카츠·리카츠(コンカツ・リカツ)>를 매주 금요일 10시에 방송했다.

<콘카츠·리카츠>는 결혼 활동만이 아닌 이혼을 위한 이혼 활동에 대해서도 초점을 맞추고 있는 여성층을 대상으로 한 드라마이다.

### 사회성 드라마

후지테레비의 <콘카츠!>와 NHK의 <콘카츠·리카츠>와 같이 현 시대의 세대를 반영한 작품과 함께 2009년 상반기 일본 드라마 중에는 휴머니즘과 사회성이 짙게 배어 있는 작품도 다수 방송되었다.

후지테레비는 매주 토요일 저녁 11시 10분부터 <마녀재판(魔女裁判)>을 방송했

다. <마녀재판>은 올 5월 21일부터 새롭게 시작된 사법 제도인 재판원 제도(일반 시민이 재판원이 되어 심리(審理)에 참여하는 제도)를 소재로 한 드라마이다.

또한 니혼테레비는 매주 수요일 저녁 10시부터 소년 범죄의 가해자 가족과 피해자 가족의 갈등을 그리는 <아이시테루-카ियो우->를 방송했다.

이러한 작품들은 일본에서 사회적인 논의가 많았던 사안으로 각종 미디어의 주목을 받았던 내용들을 테마로 하고 있다. 각종 신문과 시사·토론 방송 등에서 제도의 필요성과 제도가 미치는 영향 등을 테마로 논의를 거듭해 온 재판원 제도는 나라의 홍보와 미디어의 정보 제공에도 불구하고 정확하게 시민들에게 그 취지와 내용이 전달되지 않았다는 인식이 강했다. 이러한 상황에서 하나의 드라마가 나라의 홍보와 미디어의 정보 제공보다도 큰 역할을 했다.

<마녀재판>에서는 사회가 어떻게 돌아가고 있는지 관심이 없는 프리타(아르바이트만으로 살아가는 20~30대)인 젊은이가 주인공으로 등장한다. 여기서 특별한 직업도 없고 사회에 무관심한 프리타라고 하는 설정은 모든 관심 인구 층을 커버할 수 있는 상징적인 존재로서 등장하고 있는 것 같다. 이러한 주인공이 우연히 재판원에 선정된다는 설정으로 이야기가 시작된다. <마녀재판>은 일반 시청자들에게 친숙한 드라마 형식으로 그리면서 재판원 제도의 취지와 내용, 그리고 발생할 수 있는 문제를 가상적으로 그리면서 제도에 대한 이해도를 높일 수 있는 결과를 가져왔다는 평가를 받고 있다.

또한 사회성 드라마로 주목을 받은 작품 중에는 후지테레비가 매주 화요일 저녁 9시에 방송한 <아타신치노단시(アタシんちの男子)>도 있다. <아타신치노단시>는 늘어가고 있는 홈리스 문제를 다루고 있다. 불경기로 직업을 잃는 사람들이 늘어가면서 홈리스 문제는 오래전부터 일본에서는 사회적인 문제가 되고 있었다. 특히 젊은 층 홈리스가 늘어가고 있다는 점이 큰 문제로 부각되고 있다. 또한 다양한 홈리스의 형태가 나타나고 있다는 것도 요즘의 특색이다. 주로 과거에는 공원이거나 역지하에서 신문과 골판지에 의존하는 생활을 하는 사람들을 두고 홈리스라고 했는데 요즘에는 ‘넷카페난민(ネットカフェ難民)’이라고 하는 말이 생겨날 정도로 인터넷 카페에서 생활하면서 하루하루의 벌이를 찾아 그 수입으로 살아가고 있는, 직장도 살 곳도 없는 젊은이들이 늘어가고 있다. 이러한 젊은이들도 홈리스로 분류되고 있

다. <아타신치노단시>의 주인공도 그러한 젊은이들 중 하나로 그려지고 있다.

### 범죄물 드라마

2009년 상반기의 연속 드라마 중 평균 시청률이 가장 높았던 작품은 인기 그룹 SMAP 멤버인 키무라 타쿠야(木村拓哉)가 주연을 맡은 <MR. BRAIN>이다. 그 뒤를 따르고 있는 것이 인기 여배우 아마미 유키(天海祐希)가 주연한 <BOSS>이다. 닷케이 엔터테인먼트의 <탈런트파워랭킹완전BOOK(タレントパワーランキング完全BOOK)>에 의하면 아마미 유키는 여성 탈런트 파워 랭킹 30 중에서 6위에 자리할 정도로 높은 인기를 얻고 있다.

<MR. BRAIN>은 경시청의 과학수사 연구소를 무대로 하는 범죄물 드라마이다. 뇌 전문가인 주인공은 뇌의 구조와 특성 등을 분석해서 범죄를 해결한다. 인간적으로 약간 특이한 점을 가지고 있는 주인공은 주변 동료들로부터 이상한 사람 취급을 받기도 하지만 뇌 분석을 통한 사건 해결에는 천재적인 능력을 발휘하면서 미궁에 빠진 사건들을 해결해 나간다.

또한 <BOSS>는 경찰 조직에서 낙오자로 낙인 받은 자들을 모아서 만든 특별 범죄 대책실을 중심으로 이야기가 전개된다. 조직에서 인정받지 못하는 낙오자들이지만 각자 나름대로 특기를 가지고 있고 탁월한 리더십과 수사 능력을 가지고 있는 여성 보스가 이들을 사건 해결로 이끈다.

이러한 범죄물 드라마의 히트는 2009년 상반기 일본 드라마의 가장 큰 특징이라고 할 수 있다. 상반기 드라마 평균 시청률 10위 안에 드는 드라마 중에서 범죄물 드라마가 6편에 달하고 있기 때문이다.

여성 검사관이 불가능한 사건을 해결하는 <키이나-불가능범죄수사관(キイナ-不可能犯罪捜査官)>(니혼테레비, 매주 수요일 저녁 10시)이나 <린조(臨場)>(테레비아사히, 매주 수요일 저녁 9시) 등도 많은 주목을 받았다. 두 작품 모두 14.5%라고 하는 드라마 합격점 시청률에 근접한 높은 평균 시청률을 기록했다.

<키이나-불가능범죄수사관>은 최근 과학이 밝힌 불가사의한 현상이나 세계에서

실제로 일어난 괴기한 사건에 근거하여 스토리를 구성하고 있는 드라마이다. 한편 얼마 전에 방송이 끝난 <린조>는 요코야마 히데오(横山 秀夫)의 경찰 소설을 원작으로 하고 있다.

이러한 범죄물 드라마가 평균 시청률 랭킹 상위 그룹에 속하고 있는 것은 작년 상반기의 경향과는 완전히 다른 현상이다. 작년 상반기 드라마 중에서 시청률 5위 안에 든 드라마를 살펴보면 1위가 <고쿠센(ごくせん)>이고, 2위가 <CHANGE>, 3위 <바라노나이하나야(薔薇のない花屋)>, 4위 <라스트프렌즈(ラスト・フレンズ)>, 5위 <사이토상(斉藤さん)>이 차지하고 있다. 여기에는 범죄물 드라마가 한편도 속해 있지 않다. 작년 상반기에는 주인공의 성장을 둘러싼 스토리의 휴먼 드라마가 대부분을 차지하고 있었다.

이와 같이 2009년 상반기에 범죄물 드라마가 큰 인기를 얻었던 배경에는 시청자들의 시청 습관이 크게 작용하고 있다는 분석이다. 디지털 기술의 발달로 각종 녹화 매체나 모바일 매체 등이 보편화되고 있는 오늘날에는 시청자들이 방송이 나오는 시간에 텔레비전 앞에서 드라마를 즐기는 경우가 줄어들고 있다. 반대로 자신이 원하는 시간과 장소에서 녹화된 드라마를 즐기는 시청자들이 늘어가고 있는 추세다. 방송국 차원에서는 이러한 문제에 대해 어떻게 하면 리얼타임으로 방송을 즐기는 시청자들을 확보할 수 있는가를 궁리하기 시작했다. 그 해결책으로 나온 것이 범죄물 드라마라는 것이다.

대부분 하루 방송 분량으로 한 사건을 다루고 있는 범죄물 드라마는 결과를 빨리 알고 싶어 하는 시청자들의 욕구를 적절하게 자극할 수 있다. 여기에 성공의 가능성이 있었던 것이다. 또한 단편으로 끝나는 내용이기엔 영향력 있는 남녀 인기 탤런트를 기용하기도 편하다는 장점이 있다. 다시 말해서 빠른 결과에 대한 시청자들의 욕구 자극과 단편에 가까운 형식으로 구성된 드라마에 등장하는 인기 탤런트들의 기용이 높은 시청률로 이어진 것이다.

### 심야 드라마의 성장

이와 같이 2009년 상반기 드라마의 장르별 특징과 함께 나타난 주목할 만한 현

상 중 하나는 심야에 방송되었던 드라마가 황금시간대로 승격되는 현상이 나타나고 있다는 것이다.

매주 토요일 저녁 9시부터 니혼테레비가 방송한 <더퀴즈쇼(ザ・ウイズショウ)>는 원래 2008년에 방송된 심야 프로그램(매주 토요일 심야 0시 55분)이다. 무대의 설정이나 출연자들의 연기 등이 좋은 평가를 받은 <더퀴즈쇼>는 그 가능성을 인정받고 황금시간대로 승격되어 새롭게 방송되었다.

이러한 심야 드라마에는 다른 시간대의 드라마가 가지고 있지 않은 독특한 파생적 효과를 가지고 있다. 심야 드라마의 시청률은 결코 높지 않다. 그러나 심야 드라마는 정말로 드라마를 좋아하고 심야 시간대까지 기다려서 시청할 정도로 특정 드라마를 좋아하는 시청자들이 보고 있는 드라마라고 할 수 있다. 이러한 특징이 제작자들이 심야 시간대 드라마의 제작을 선호하는 이유가 되고 있다. 다시 말해서 심야 시간대임에도 불구하고 시청을 한다는 것은 고정적인 시청자의 확보가 가능하며, 이러한 시청자들의 증가는 기복이 심하지 않는 시청률을 기대할 수 있다는 것이다.

방송이 모두 끝난 뒤의 콘텐츠 2차 이용에 해당하는 DVD가 발매되었을 경우에도 그 구매율이 높다. 오히려 황금시간대의 드라마보다 높은 판매율을 기록하는 드라마도 있다.

또한 대부분의 심야 드라마의 경우 제작하는 데 있어서 연예 프로덕션이나 독립 제작사, 광고주 등 복수의 회사가 드라마 제작에 참여하기 때문에 부족한 제작비를 보충할 수 있다는 점도 큰 장점으로 평가받고 있다. 니혼테레비가 매주 토요일 심야 0시 54분부터 방송하고 있는 <이케멘소마야탄테이(イケメンそば屋探偵)>의 제작에는 니혼테레비와 통신회사 NTT도코모의 공동 출자로 설립된 'D.N.드림파트너즈(D.N.ドリームパートナーズ)'를 중심으로 텔런트 소속 사무소 등도 협력하여 제작에 임하고 있다. 또한 테레비도쿄(テレビ東京)가 매주 금요일 심야 0시 12분에 방송한 <유케무리스나이퍼(湯けむりスナイパー)>와 TBS가 매주 수요일 심야 0시 29분에 방송한 <표류넷카페(漂流ネットカフェ)>는 영화 제작에서 흔히 이루어지고 있는 '제작위원회' 방식으로 제작된 드라마이다.

이러한 심야 드라마의 성장은 드라마 제작에 있어서 새로운 의미를 부여하고 있

다. 불경기의 영향으로 인한 광고비 수입의 저하로 인해서 프로그램 제작비가 점점 줄어들고 있는 오늘날, 각 방송국들은 인건비를 비롯해 제작비 등을 줄이는 방법으로 경영난 해소에 주력하고 있다. 이에 제작비가 많이 들어가거나 히트 예감이 별로 좋지 않은 프로그램에 투자하는 것을 주저하는 경향이 나타나고 있다. 이러한 현상은 새로운 방송에 대한 시도와 인력 양성을 기대할 수 있는 프로그램의 편성 감소로 이어지고 있다.

이와 같은 상황에서 심야 드라마의 성장은 광고 수입이 격감하고 제작비가 점점 삭감되는 상황에서 새로운 제작 노하우를 배양하면서 실험적인 제작을 할 수 있는 중요한 편성 시간대로 자리 잡아가고 있다는 분석이다.

이 달부터 시작되는 7월기는 드라마의 ‘여름철 불경기(夏枯れ)’로 불릴 정도로 방송국들이 1년 중에서 가장 고전하는 시기이다. 그만큼 일본의 각 방송국은 차별화된 전략으로 최대한 높은 시청률을 확보하기 위해 주력하는 시기이기도 하다. 7월기가 고전하는 또 다른 하나의 이유는 4월과 10월에 이루어지는 대형 편성 기간 중간에 자리하고 있다는 점이다. 이에 젊은 층 배우를 기용하는 경우가 많으며, 기용된 배우의 특성상 연애물이나 학원물 드라마와 같은, 드라마로서 약간은 가벼운 내용의 드라마가 많다는 점이 7월기가 고전하는 이유로 꼽히고 있다.

실제로 작년 같은 시기에 방송된 드라마 중에서 15%가 넘는 시청률을 기록한 작품은 <코드 블루-닥터 헬리콥터 긴급구명-(コード・ブルードクターへリ緊急救命-)> 단 한 작품뿐이었다.

과거 일본 드라마에 대한 이미지는 선정적이라는 점과 자극적인 소재를 많이 사용하고 있다는 인식이 강했다. 특히 한국에서는 가족이 함께 보기에는 거북한 내용으로 거의 비판의 대상이 되곤 하였다. 그러나 이러한 일본 드라마에 대한 이미지는 먼 과거의 이야기가 되었다. 요즘에는 한국의 시청자들에게도 친숙한 일본 드라마가 젊은 층을 중심으로 높은 인기를 모으고 있다. 일본 드라마에 심취해 있는 시청자들의 공통된 의견은 역시 일본 드라마의 다양한 소재를 가장 큰 장점으로 꼽고 있다. 이제는 단순한 흥미 위주의 자극적인 소재가 아닌 다양한 사회 문제와 이에 대해서 생각할 수 있는 소재로 시청자들에게 다가가고 있는 것이다.

7월부터 시작되는 새로운 드라마도 사회성 테마와 호화 캐스팅에 의한 중후한 드라마가 다수 편성되어 있다. 각 방송국이 새롭게 편성한 드라마로 드라마의 '여름철 불경기'라고 불리는 7월기의 저조한 시청률 현상을 어떻게 극복할 수 있을지 앞으로의 행보가 주목된다.

● 참조 :

- 키스레이션 5사 홈페이지
- 닛케이BP사, 日経エンタテインメント!, 2009년 5월호, 8월호.
- 닛케이BP사, タレントパワーランキング 完全BOOK 2009年 保存版, 2009년 7월.
- 시가 노부오, テレビ番組事始, NHK출판, 2008년.
- 아사히신문, 2008년 6월 15일자.
- 텔레비전드라마데이터베이스, <http://www.tvdrama-db.com>.
- PD저널, 2009년 5월 13일자.

- 작성 : 백승혁(일본 조치 대학교 신문학 전공 박사과정,  
poowo74@hotmail.com)