



## 일본 애니메이션 산업이 오타쿠 문화에 미친 영향 연구

A Study on Japanese Animation Industry Impact on the Otaku Culture

---

저자 (Authors)	이승재 Seung Jae Lee
출처 (Source)	<a href="#">애니메이션연구 12(3)</a> , 2016.9, 204-224(21 pages) <a href="#">The Korean Journal of animation 12(3)</a> , 2016.9, 204-224(21 pages)
발행처 (Publisher)	<a href="#">한국애니메이션학회</a> The Animation Society of Korea
URL	<a href="http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07104047">http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07104047</a>
APA Style	이승재 (2016). 일본 애니메이션 산업이 오타쿠 문화에 미친 영향 연구. 애니메이션연구, 12(3), 204-224
이용정보 (Accessed)	이화여자대학교 211.48.46.*** 2020/04/29 15:35 (KST)

---

### 저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

### Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

# 일본 애니메이션 산업이 오타쿠 문화에 미친 영향 연구

이승재\* 국립한국복지대학교 게임콘텐츠과 부교수

Contents	1. 서론
	2. 테크놀로지화된 노마드로서의 오타쿠
	3. 선택형 오타쿠에서 양산형 오타쿠로
	4. 결론

일본의 고도성장기 시절 수차례에 걸친 산업 혁명을 보내며 풍요와 여유 속에 모든 것이 갖추어진 사회에서 소비만 하며 자라온 젊은 세대들은 그 자체가 경쟁력 결여였으며, 일본교육제도의 모순은 그들을 더욱 더 외톨이로 몰아가고 있었다. 그러한 그들이 정체성과 자부심에는 한계가 있었을 것이고, 그런 그들에게 망가·아니메·게임은 탈출구이며 안식처였다. 그러면서 그들은 망가·아니메·게임을 통해 사회와 소통을 하고 있다고 생각했으며, 그 안에서 허구적이나마 그들을 받아 줄 또 하나의 사회가 있다고 생각했다. 그러나 망가·아니메·게임은 현실 사회와 유대관계가 가장 미미한 표현으로 축소되어 버린 그런 허상의 가상공간이며, 인적소통 없이 혼자서는 도저히 살 수 없는 곳이 바로 현실이라는 것을 자각하고, 환상의 세계속으로 도피하여 미디어의 이미지에 만족한다. TV·잡지·만화는 그들의 일상이고, 컴퓨터와 비디오게임의 이미지가 그것들을 대체했다. 겉보기에 수동적인 그들은 사회에 대해 독특한 비판을 제기하는 한편 '유목적' 환경에 대해 놀라울 만한 적응력을 보여준다. 그들은 점점 더 광활한, 초미디어화된 첨단 기술이 널려 있는 광활한 벌판에서 산다. 그들이 열광했던 〈신세기 에반게리온〉의 성공의 내면에는 1990년대 일본 경제성장이 멈춘 '버블붕괴'를 시작으로 인한 일본 젊은 이들의 현실 부적응을 대변하고 있으며, 이후 2010년대까지 장기침체를 겪으며 일본은 사회적으로 수많은 문제를 양산한다. 애니메이션 산업이 확대돼 전체 시장의 규모가 커지면서 제작사가 난립하고 애니메이션 작품수가 급증하면서 제작사의 채산성을 맞추기가 힘들어지자 '모든 것을 팔아먹을 대상으로만 보는 경영학적 관점, 투자자적 관점'에서 일본 애니메이션산업에 대자본이 투자되어 작가주의적 작품은 소멸하고 짧은 시간 많이 소비될 수 있는 작품을 시리즈로 찍어낸 결과 오타쿠층이 기괴하게 뒤틀려 버린 것이다. "지금은 거대한 대중문화 체제에 포섭된 이른바 양산형 오타쿠 라면, 과거의 오타쿠들은 자신들끼리의 독립된 마켓에서 성장하는 적극적인 하위문화 주체인 선택형 오타쿠인 셈이다. '오타쿠가 점점 사회화되는 것'이 아니라 '사회가 점점 오타쿠화되는 것'이다.

주제어 | 일본애니메이션, 오타쿠문화, 콘텐츠, 서브컬처, 선택형오타쿠, 양산형오타쿠

\* mulder6@knuw.ac.kr

## 1. 서론

1960~1970년대부터 존재하고 있었던 현상들을 1983년 일본의 칼럼니스트이자 『도쿄성 인클럽』의 발행인 나카모리 아키오가 순정만화잡지 『망가 부릿코』<sup>1)</sup>에 6월부터 8월까지 게재한 칼럼에서 처음으로 오타쿠로 명명하며, 이 시대의 아이콘이 된다. 그러나 1989년 여아연쇄살인사건<sup>2)</sup>이 나쁜 이미지로 미디어에서 다루어지며 부정적으로 세상에 알려지기 시작한다. 여기에서부터 산업적으로 긍정적인 면과 부정적인 면이 교차하는 지점이 된다. 오타쿠는 출판만화를 근간으로 망가·<sup>3)</sup>아니메<sup>4)</sup>·게임 산업의 발전을 주도하며 문화 산업의 중심으로 이동하게 된다.

1980년대 말 경기 하락의 조짐이 보이자 소비세가 도입되는 등 버블 현상이 나타나며 막대한 경제적 우위를 바탕으로 가능했던 ‘소비자본주의는 포스트모던적인 것’이라는 전제가 되며, 이로서 용인되던 1980년대 특유의 특성들이 “좋았던 시대의 이야기”가 되었고 이런 흐름을 통해 전 세계적인 포스트모던화의 흐름의 맥락에서 오타쿠 문화를 이해할 수도 있다.

1990년대 중반 망가·아니메·게임 등이 서구사회<sup>5)</sup>에서 주목받자 오타쿠가 갖는 사회적 현상으로서의 가치와 긍정성, 자각과 반성이 반영되며 사회적으로 재인식하여 산업적 성장, 미적 심화 등으로 사회적 재평가가 이루어지고 있었으며, 현재의 오타쿠는 망가·아니메·게임뿐만 아니라 사회의 각종 분야에 광범한 정보량과 지식을 바탕으로 그 영역을 넓혀가고 있으며 그들의 전문성을 기반으로 한 독자적 가치관과 객관적인 정보 등을 기반으로 창조 활동을 하며 새로운 사회문화를 형성하고 있다. 그 결과 오타쿠는 문화소비뿐만 아니라 문화 수출<sup>6)</sup>도 담당하며 높은 경제적 부가가치도 창출한다.

---

1) 1980년대에 존재했던 로리콘만화의 선구자적인 성인용 만화잡지.

2) 1989년 도쿄 사이타마현에서 발생한 ‘유녀유괴연속살인사건’이며, 범인은 4명의 소녀를 살해한 27살의 ‘미야자키 쓰토무’로 변태적 범죄 행각이 드러나면서부터였다. 그는 여자아이들을 살해한 후 그 시체를 먹는 엽기적인 살인 행각을 벌였고, 사람들은 그의 광기에 경악했다. 집을 수색한 결과 그는 많은 수의 성인용을 포함한 6000여 개의 비디오테이프, 만화잡지, 아니메를 수집하며, 그 세계에 빠져 있던 오타쿠로 드러났다. 오타쿠의 이미지에 뼈기를 박는 역할을 했다. “어두운 눈을 한 녀석”에서, 잠재적인 범죄자나 정신이상자 혹은 사회적 정신병리 현상으로 더 나빠지지만 한 것이 40년 오타쿠 역사의 좋지 않은 시초였다(오타쿠 비디오)(##이게 무엇인지요? 인용 출처라면 좀 더 정확히 정보를 입력해주세요.)

3) 한자어인 만화를 일본어식 발음이다. 영미권에서 고유명사로 쓰는데, 본 논문도 고유명사로서 ‘망가’를 사용하겠다.

4) 애니메이션을 일본식으로 줄인 발음이다. 영미권에서 고유명사로 쓰는데, 본 논문도 고유명사로서 ‘아니메’를 사용하겠다.

5) 네이버 지식백과: 오타쿠 현상의 보편화를 증명하듯이 ‘오타쿠(オタク)’라는 말은 이미 국제화된 명사이며 미국이나 유럽에서도 otaku라는 말이 널리 쓰인다.

그러나 이러한 잠재력은 지식을 위한 지식으로 전락하여 사회적 가치를 갖지 못하며 사회성 결여의 결과를 낳기도 했다.

## 1) 문제제기와 연구목적

하나의 문화가 탄생하여 고유 영역을 가지기까지에는 그 문화를 리드하거나 소유하고 누리려는 사람들의 많은 시행착오와 과도기적 평가는 필수 불가결하다. 그러한 과정을 거쳐 형성된 오타쿠 문화는 어쩌면 지금도 더 훌륭한 문화로서 자리 잡기 위한 끊임없는 노력과 평가 속에 놓여 있다.

결정적으로 일본 애니메이션 산업이 오타쿠에게 영향을 준 것은 경제적 상황이다. 이에 선택형 오타쿠에서 양산형 오타쿠로 변화할 수밖에 없었던 이유에 대해 문제제기를 하며, 크리에이터 오타쿠가 유져 오타쿠화될 수밖에 없었던 경제적 이유를 연구목적으로 논하고자 한다.

## 2) 연구방법 및 범위

본 연구는 궁극적으로 하나의 완성된 콘텐츠로서 일본 애니메이션 산업이 오타쿠 문화에 미치는 영향을 연구방법으로 설정하며, 먼저 기존의 오타쿠를 테크놀로지화된 노마드로서의 관점에서 고찰하기 위해 ① 오타쿠의 기원과 특징, ② 오타쿠의 세대별 생성 과정, ③ 오타쿠의 경제관계, ④ 일본 교육제도와 사회부적응 문제 등을 분류하여 오타쿠의 구조를 파악하고 경제와 사회관계를 상호작용의 형태로 정리하고, 다음으로 선택형 오타쿠에서 양산형 오타쿠로 변모한 과정을 고찰하기 위해 ① 예술에서 산업으로 변한 애니메이션, ② 서브컬처와 내셔널리즘 산업의 대상으로서의 오타쿠를 분석한다. 연구의 결과로서 선택형 오타쿠에서 양산형 오타쿠로 변해갈 수밖에 없었던 과정을 살펴보기로 하며, 일본 애니메이션 산업을 연구범위로 한정한다.

---

6) 1990년대 이후 오타쿠는 문화적 영향도 외국에 미치고 있고, 서구사회에서는 많은 지지를 받고 있다.

## 2. 테크놀로지화된 노마드로서의 오타쿠

### 1) 오타쿠의 기원

히라가나로 오타쿠란 일본어의 ‘당신’의 존칭인 ‘댁(おたく, otaku)’을 뜻하는 이인칭 대명사로서 “댁에 제 안부 좀 전해주세요”라는 의미가 된다. 그러나 오타쿠라는 말이 가타카나로 쓰이면 ‘이상한 것에 몰두하는 사람(オタク, otaku)’이라는 뜻이 된다. 오타쿠들은 인간 관계를 발전시키기 싫어하여, 자신만의 모든 것을 충족시켜주는 것들로 가득 찬 공간에 혼자 있기를 좋아하는 사람으로 그려졌다. 그리고 주변과 소통을 거부하므로 일본 사회에서는 부정적인 시각으로 보았다.

오타쿠의 실제 어원은 망가·아니메·게임 등에 몰두하던 마니아들이 같은 취미를 가진 동호회에서 만나 예의를 지키고 존중하는 의미로 상대를 ‘귀댁(お宅)’이라 불렀고, 1979년 〈기동전사 건담(Mobile Suit Gundam)〉(1979)이 큰 인기를 얻은 후 도쿄의 아키하바라 같은 전자상가 등지에서 교류할 때 프라모델, DVD 등을 수집하던 마니아들이 대화에서 “귀댁은 어떤 건담을 찾으시나요?” 등의 대화를 나누면서 시작되었다.<sup>7)</sup>

지금의 일본 대중문화 속에 오타쿠적 의미가 담긴 망가·아니메·게임 등이 인기를 얻자 서브컬처<sup>8)</sup>로서의 중요성이 인식되며 평가도 달라지고 있으며 해외로 그 문화를 확산하고 있다. 오타쿠는 팬, 마니아와 구분되며 대체로 그들 다음 단계가 오타쿠다. 해석하자면 ‘무엇인가를 무척 좋아해서 그에 관한 지식이 아주 높은 경지에까지 오른 사람’을 말한다. 일반적으로 무엇을 좋아한다는 의미는 팬이나 마니아와 같지만 여러 번의 질적인 도약을 거쳤다는 점에서 단순한 팬이나 마니아와는 차원이 좀 다른 집단이다. 이런 단계적인 구분은 일본 만화나 애니메이션에서 중요한 구조를 이루기도 한다.

우리나라에서도 마니아라고도 표현하며 ‘무엇인가 지나친 관심을 두는 것’을 좋게 보지 않는 데에 비해, 일본 사회에서는 마니아적 성향에 대해 각자의 개성으로 어느 정도 이해해주는 분위기다. 또한 마니아들이 하나의 대상을 연구하기 위해 결국 그것과 관련된 사실을 모조리 연구하기 때문에 거의 공통적으로 해박하다면, 오타쿠들은 그런 전문가를 넘어 비평적인 시각까지 지녀야 한다. 최근에 와서는 우리나라에서도 일본의 망가·아니메·게임

7) 네이버 지식백과, 위키디피아 참조.

8) 어떤 사회의 전체적인 문화(total culture), 또는 주요한 문화(main culture)에 대비되는 개념으로, 하위문화(下位文化), 또는 부차적(副次的) 문화라고도 한다

등을 광적으로 좋아하는 이들을 오타쿠의 한국식 발음 변형으로 ‘오덕후’ 혹은 ‘덕후’로 부르기도 한다.

## 2) 오타쿠의 특징

그들이 좋아하는 망가·아니메·게임·TV연속극 등에서 보아온 군상들은 노동의 (사회적) 세계, 위계질서의 (유교적) 세계, 남녀의 (성적) 세계에 하나의 담론을 형성하며, 사회적·경제적 위기에 대한 부정과 퇴행을 방어기제(defense mechanism)로 표출한다. 유년과 성년 사이의 경계선상에 있기 때문에 각 계층에서 볼 수 없던 모습을 새롭게 볼 수가 있고 피터팬증후군(Peterpan Complex)이나 키덜트(kidult)처럼 유년에 꿈꾸던 환상의 세계 속에 남아 있길 원하며, 그래서 노동 시장, 실업률, 고용 투쟁, 혹은 경제적 무한 경쟁 속으로의 진입을 최대한 지체시킨다. 컴퓨터, 만화책, 첨단 기술 제품들의 중개를 통해 소통하지만 정작 주변의 가족과 친구는 소홀히 한다. 근대 합리주의 이성의 ‘체계’가 오타쿠의 소통을 사물화된 기제로 내몰았다면, 오타쿠들은 사람과 사람 사이의 소통보다는 사물과의 교감을 통하는 소통을 중시하고 선호한다고 볼 수 있다. 그래서 오타쿠들의 사물과의 교감은 목적 합리성에 의해 움직이는 ‘체계’에 대한 거부감에 그 원인이 있을 것이다. 그들은 환상과 인공 세계의 관조 속으로, 또는 과도하게 미디어화된 심연의 세계 속으로 빠져들면서 기계와 대결 혹은 공존을 하는데, 비디오 게임기의 전문가인 만큼 대결은 그들의 승리로 끝난다.

전후 세대에 속하고 수차례에 걸친 산업혁명의 산물이며 겉보기에 수동적인 그들은 사회에 대해 독특한 비판을 제기하는 한편, ‘유목적(nomade)’ 환경에 대해 효과적으로 적응한다. 그들은 점점 더 광활한, 초미디어화된 첨단 기술이 널려 있는 광활한 별판에서 산다. 그들의 솔한 편집증적 행태들은 정작 세상과 접촉하고 지표를 찾으려는, 그래서 그들의 아버지 세대가 만들어준 사회에 적응하기 위한 노력이기도 하다. 그러기에 그들은 가상 국가의 일등 시민이자 ‘유목적’ 사회의 표상이며, 소프트웨어 혁명이 낳은 새로운 풍경에, 후기 산업혁명기의 빠른 변화에 적응하려 애쓰는 존재다.

그들은 첨단 기술에 익숙하며, 고안하고 검증하고 수집하면서 종종 현재 우리가 살고 있는 사회의 이해에 필요한 사유를 제공하기도 한다. 겉보기에 수동적인 오타쿠는 사실 우리 사회에 대해 날카로운 비판과 ‘다른 시각에서 보기’를 제안한다. 소프트웨어와 비디오 게임을 생산하는 기업들은 신제품 테스트 및 연구 기조 조성에 오타쿠들을 우선적으로 참여시키고 연구원으로 고용하기도 하는데, 그들은 전문적 식견에서의 선택을 한다. 오늘날 오타쿠들은 SEGA·SONY·망가전문잡지·음반 회사·라디오 및 텔레비전 방송국·새로운 첨

단 기술을 지향하는 기업들에서 일하거나 자문을 맡고 있다. 그 어떤 영역도 그들에게 낯설지 않으며, 그들은 새로운 제품들과 새로운 경향들에 대해 해박한 지식과 지칠 줄 모르는 호기심을 발휘하고 있다. 그들 덕분에 일본은 이제 고부가가치 산업 수출국임은 물론이고 문화 수출국이기도 하다. 하나의 문화 출현, 일본이 중심에 서는 새로운 문화의 출현이 구체화되는데, 그 물결은 벌써 오래전에 일본 열도의 경계를 넘어 이제 범세계적 현상이 되어버렸다.

### 3) 오타쿠의 세대별 생성 과정별 분류

1995년 제2차 아니마붐<sup>9)</sup>은〈신세기 에반게리온(Neon Genesis Evangelion)〉(1995)과〈원령공주(The Princess Mononoke)〉(1997)에서 시작한다. 시나리오와 캐릭터에서 기존의 작품들과 차별성을 갖는데, 특히 안노 히데아키 감독의〈신세기 에반게리온〉은 어두운 세계관과 정신분열적인 우울한 인간의 관계를 표현하고 있으며 우울한 결말을 보여준다. 10대 주인공들이 기성세대의 일방적 요구로 누구와 왜 싸워야 되는지도 모른 채 에반게리온 로봇인 범용인형결전병기에 탑승하여 극한의 전투를 벌인다. 상대가 바로 적이며 그 적들과 혹은 인류를 위해 싸우고 이겨내야 한다고 강요받는다. 그러나 주인공들은 끊임없이 싸움에서 도망치며 결국 현실을 회피한다. 이는 90년대 일본 경제성장이 멈춘 ‘버블붕괴’를 시작으로 인한 일본 젊은이들의 현실에 적응 못 하는 현실을 대변하고 있다. 이후 2010년대까지 장기침체를 겪으며 일본사회는 비인간적인 범죄, 이지메 등의 수많은 문제를 양산한다.

그리고 〈신세기 에반게리온〉은 1995년 TV도쿄에서 방영 당시 엄청난 시청률로 인기를 모으고 1997년엔 극장용 애니메이션으로 두 편 제작되어 25억 엔에 달하는 흥행을 일군다.<sup>10)</sup> “작품은 단순히 흥행에서 끝난 것이 아니라” 오랫동안 지쳐온 오타쿠들의 사고와 정확히 일치했을 뿐 아니라 예전에는 아니마에 관심이 없던 이들도 끌어들이며 ‘에바 붐’ 같은 사회현상을 일으키며 오타쿠의 재현 체계가 바뀌는 시기가 된다. 또한 그 시기는, 서양(주로 미국)에서 일본의 애니메이션에 주목하면서 그 긍정적 평가가 일본으로 역수입된 때이기도 했다. 다른 비서구 국가들도 마찬가지지만, 전후 일본은 이상하리만큼 서구 사회의 시선을 반영하고 의식하면서 문화 산업의 내용과 구조를 시기적으로 맞추어왔다. 따라서

9) 1차 아니메붐 시기를 겨냥하여 작품을 제작하여 DVD, 피규어, OVA의 미디어믹스 생산품들이 제작되던 시기.

10) 안은별 (2012, 4. 20), '여아 살해자'에서 '미녀의 남편'으로...오타쿠의 변신, 『프레시안』.

1990년대 이후 지속적인 침체 기미인 일본 국내의 시장이 서구 시장에 팔 수 있는 일본적인 상품으로서의 소프트웨어 산업에 주목한 것이다.

[표 1]은 오타쿠를 세대별로 분류하여 그 생성 배경과 특징을 설명한 것이다. 이 분류로 따져볼 때, 1, 2세대 오타쿠는 자발적 참여자로서 택한 선택형 오타쿠라 한다면, 3세대 오타쿠는 산업의 대상으로서 양산형 오타쿠라 할 수 있을 것이다.

[표 1] 오타쿠의 세대별 생성과 특징

(1) 제1세대 오타쿠의 생성과 특징	<p>1960년대 출생. 〈철완 아톰(Astro Boy)〉(1963), 〈철인28호(The Iron Hero28)〉(1963)를 보면 SF에 입문. ‘아니메는 아이가 보는 것’이라는 풍조 속에서 성장.</p> <p>‘신인류’로 불리는 세대. 소년기에 괴수, 변신 로봇의 영향을 받아 상당수가 특촬물에 대한 선호도가 높다. 망가와 아니메는 학생운동을 주도한 ‘단카이 세대(團塊世代)’<sup>11)</sup>가 가진 사회 변혁 사상의 대항물로써 의식되었기 때문에, 그들의 오타쿠적 취미 전반에 의식적으로 지식을 감추거나 이론화, 체계화에 대한 지향이 강함.</p>
(2) 제2세대 오타쿠의 생성과 특징	<p>1970년 출생. 소년기에 〈우주전함 야마토(Space Battleship Yamato)〉(1977), 〈기동전사 건담(Mobile Suit Gundam)〉(1979)에 의한 제1차 아니마 붐<sup>12)</sup>의 영향을 받아, 오타쿠 취미를 널리 받아들인 세대. SF를 기저에 두고 가공의 기술체계를 구축하는 방법을 사용했기 때문에, 제공받는 시청자로서는 그 가공의 기술체계를 학습을 통해 체계화시킴.</p> <p>아니메 서사구조의 가공의 체계지식은 현실의 체계화된 지식과의 혼란도 보이는데, 예를 들어 대표적으로 ‘건담 오타쿠’들에게는 시리즈 작품에 공통화된 체계지식만 가지고 있을 뿐이고 현실의 지식체계와의 병합하지 않는 경향이 파생되기도 함. 이 세대의 후반은 ‘단카이 주니어’<sup>13)</sup>와 겹치는데, 1980년대에 TV·게임·PC 취미를 떠맡았던 세대이기도 하다. 서브컬처의 체계화에 공헌한 제1세대의 영향도 있어 그때까지의 역사, 문학, 사상을 대신하여 동세대가 공유할 수 있는 망가·아니메 등이 현대인의 상식이나 교양으로써 인식되는 등 ‘서브컬처와 메인컬처의 격차’가 줄어들게 됨. 또한 각각의 작품 속에서 다뤄지는 ‘하이컬처’<sup>14)</sup>에 흥미를 표하는 계통도 파생되며 이는 제3세대로 계승.<sup>15)</sup></p>
(3) 제3세대 오타쿠의 생성과 특징	<p>1980년 출생 〈신세기 에반게리온〉의 세례를 받아, ‘세카이계’라고 칭해지는 무브먼트<sup>16)</sup>를 이끌게 된 세대. 이 세대는 부모가 오타쿠 제1세대였던 경우도 있어, 메인컬처와 서브컬처의 차가 희박해진 시대를 살게 됨.</p> <p>오타쿠 취미에 대해 부끄러워하거나 의식적으로 숨기려고 하지 않고, 단지 여러 취미 중 하나로 아니메, 게임, 라이트노벨 등을 추구함. 또한 감동이나 ‘모에(萌え, moe)’<sup>17)</sup>가 기호적으로 추구되는 경향이 강해짐. 2000년대를 전후하여 하이컬처를 다루는 작품도 다수 등장하여, 하이컬처 역시 오타쿠 취미와 같이 서브컬처의 일종으로 애호되는 경향이 보인다. 또한 제3세대 이후의 세대에서는 오타쿠 취미 자체가 일반적인 것이 되어, 오타쿠 커뮤니티의 확산화와 기호의 분열화, 다양화가 진행. 더는 개인을 하나의 세대로 묶어서 생각하는 것이 의미가 없다.</p>

\* 일본 위키피디아(<http://ja.wikipedia.org>)의 ‘オタク’ 항목.

11) 1947년에서 1949년 사이 태어난 일본의 베이비붐 세대를 일컫는다. 일본경제기획청 장관을 지낸 경제평론가 사카이야 다



[표 2] 오타쿠를 여섯가지 인자로 분류\*

수집욕구	집착하는 대상에 관한 모든 정보나 상품을 가지지 못하면 마음이 풀리지 않는, 모두 갖춤으로써 우월감을 느끼는 심리
공감욕구	자신이 집착하는 대상에 관한 좋은 것을 타인이 알아주었으면 하는, 취미가 같은 사람을 늘리고 싶어하는 심리
자율욕구	자기 나름대로 평가의 기준이나 해석을 가지고 타인이 뭐라고 생각하든 자신의 생각에 기반하여 판단하고 싶다는 심리
귀속욕구	평가를 공유할 수 있는 집단을 형성하여 그 집단에 귀속하고자 하는 것을 강하게 추구하는 심리
현시욕구	자기 나름대로 수집한 정보나 작품이 해석, 비평을 인터넷 등에서 발신하고자 하는 심리
창작욕구	집착하는 분야와 관련하여 자기의 해석에 기반한 리메이크(커버) 작품 또는 오리지널 작품 등 자신의 개조를 가미하여창작활동을 하고자 하는 심리

\* 노무라연구소 (2005, 10), 오타쿠의 유형 통계분석, URL: <http://techon.nikkeibp.or.jp/NEWS/20051006>

#### 4) 오타쿠와 경제적 관점

노무라종합연구소(NRI) 계열인 노쿠라연구소는 2005년 10월 리포트에서 오타쿠는 약 172만 명이며 오타쿠 시장은 약 4100억 엔(약 4조 원) 규모이며 이에 따라 오타쿠를 여섯 가지 인자로 분류([표 2])하고, 그에 따라 다섯 가지 성향으로 분류([표 3])하며 각 타겟에 맞는 마케팅 프레임을 제시하기도 했는데, 보고서의 결말에서도 오타쿠는 “취미에 열정을 쏟는 사람” 정도의 의미 이상이며 “경제의 주체 계층”이라고 정의한다.

이치가 1976년 발표한 〈단카이의 세대〉라는 소설에 처음 등장한 후 인구사회학적 용어로 정착했다.

12) 1977년 〈우주전함 야마토〉가 재조명되고 1979년 〈기동전사 건담〉 시리즈로 프라모델·비디오, 동인지 등의 창작물 시장이 형성되는 시기다.

13) 1970년대 전반 일본의 제2차 베이비 붐 세대로, 1971~1974년생을 가리킨다.

14) 학문·문학·미술·음악 등 높은 달성도를 가지고 있다고 생각되는 ‘상위문화’. (네이버 지식백과, 위키디피아 참조)

15) 천연마 (2009, 2, 24), 선정우의 ‘오타쿠의 역사’, 네이버카페 ‘애니타운’. URL: <http://cafe.naver.com/bestani/1179221>

16) 2002년에 등장한 단어로써 서브컬처 계통의 작품을 비난한다는 의미다. 주인공만의 이야기만 격렬히 묘사되고 자신만의 생각이 ‘세계 중심사상’이라 과장하고 싶은 내용으로 ‘포스트 에반게리온 증후군’ 작품으로 불린다. 거대로봇이나, 전투미소녀, 탐정이 등장하는 ‘오타쿠 문화’ 중심적인 자의식을 묘사하는 작품이다. (네이버 지식백과, 위키디피아 참조)

17) ‘모에’는 ‘성적으로 끌린다’, 혹은 ‘성적 판타지를 자극한다’라는 속어다. 스토리보다 캐릭터를 중시하고 개성이 다른 여러 캐릭터들의 매력으로 작품을 견인하여 시청자 모에를 자극하는 것 같은 애니메이션을 가리킨다.

[표 3] 오타쿠를 다섯가지 성향으로 분류\*

분류	내용
가면오타쿠	집에서 몰래 취미 활동을 하는 계층으로서 자신의 취미를 남에게 알리려 하지 않는다. 보통 조립 PC 나 A/V 쪽에 많지만 여행쪽에도 적지 않다. 아이를 데리고 여행을 다니는 부모가 이런 성향을 띤다. (욕구 성향: 귀속욕구, 수집욕구, 창작욕구)
레거시오타쿠	정보 수집과 비평에 무게를 두는 20, 30대 남성이 많고 조립 PC, A/V, 모바일 기기, 자동차, 카메라 등 메카닉계에 널리 퍼져 있다. 그밖에 연예인 오타쿠 가운데도 이런 사람이 있다. (욕구 성향: 귀속욕구, 자율욕구 중심의 올라운드)
멀티오타쿠	이 성향을 띠면 자신의 취미를 밝히고 남에게 소개하는 데 주저하지 않게 된다. 유행에 민감하고 다른 사람의 반응에도 안테나를 뻗는다. 보통 여성이 이런 성향을 띠고 취향도 다양하다. 보통 커뮤니티 사이트, 경매를 좋아한다. 악플을 다는 초딩 수준이 아닌 그나마 정상적인 인터넷 폐인이면 이런 쪽이 아닐까 생각해 보자. (욕구 성향: 수집욕구, 귀속욕구 중심의 올라운드)
강한척오타쿠	스스로 주체적인 생각을 하고 그것을 다른 사람에게 알리고 싶어하는 사람이다. 마징가, 건담 세대의 30대가 이런 성향이 많은데 우리나라에도 적지 않을듯 하다. (욕구 성향: 공감욕구, 수집욕구, 자율욕구)
동인여성계 오타쿠	애니메이션, 만화 캐릭터에 집착하는 사람. 동인지 활동도 자주 하지만 활동을 드러내놓고 하지 않는다. 일명 '동인녀'들이 이런 성향이고 남자들 가운데는 아키바계에 많다. (욕구 성향: 창작욕구, 현시욕구 Only)

\* 노무라연구소 (2005.10), 오타쿠의 유형 통계분석, URL: <http://techon.nikkeibp.or.jp/NEWS/20051006>

## 5) 교육적 희생과 사회부적응으로서의 오타쿠

1960~1980년대 고도성장의 생존경쟁의 시대를 지나면서 풍요와 여유 속에 모든 것이 갖추어진 사회에서 소비만 하며 자라온 세대들은 그 자체부터 경쟁력이 결여되었으며 오히려 일본 교육제도의 희생자가 된 세대들<sup>18)</sup>이다. 그러한 그들이 정체성과 자부심을 갖기에는 한계가 있을 것이다. 오히려 그들은 자신들의 인격을 찾아 망가·아니메·게임·J POP 아이돌에 집중하였다. 그리고 게임의 중계를 통해 사회와 소통하고 있다고 생각하며 게임 안

18) 많은 오타쿠들의 첫 번째 좌절이 학교에서 이루어지는 것은, 목적 합리성을 바탕으로 하는 '체계' 내에서의 좌절과 '의사소통'의 좌절을 뜻한다. 일본에서의 오타쿠들의 출현은 교육제도와는 별도로 고려될 수 있다. 1980년대에 오타쿠들이 급격히 증가한 것에 대한 책임의 큰 부분은 일본 교육제도의 폐단에 있다. 실제로, 대부분의 오타쿠들이 대중을 위해 구성된, 하지만 개인을 충분히 고려하지 않는 교육제도의 희생자들과 하듯이 오타쿠들은 학교라는 '체계'에 적응하지 못함과 동시에 '생활 세계'에서도 밀려난다. 그렇듯 하버마스는 근대의 병리가 '생활 세계'가 '체계'에 의해 식민화되는 잘못된 발전 과정에 그 원인이 있다고 본다. 화폐와 권력의 체계 규제적 구조가 생활 세계의 상호이해와 합의의 사회적 통합 구조를 점차 무기력하게 만드는 데에 근대의 병리가 있다는 것이다. 위르겐 하버마스 (2006), 『의사소통 행위이론』, 장준익 역, 나남, p. 668.

에서 허구적이거나 그들을 받아줄 또 하나의 사회를 발견한 것이다. 그러나 게임의 실상은 현실 사회와의 유대관계가 가장 미미한 표현으로 축소되어버린 그런 허상의 가상공간일 뿐이다. 인간관계 없이 혼자서는 도저히 살 수 없는 곳이 바로 현실이었던 것이다. 집단에 의해 사회적으로 왕따당한 오타쿠들은 환상의 세계 속으로 도피하여 현대의 미디어들이 제안하는 이미지들로 만족한다. TV · 잡지 · 만화는 그들의 일상이었고, 이제는 컴퓨터와 비디오 게임의 이미지가 그것들을 대체한다”며 다음과 같이 말했다. “사회 부적응자가 된 그들은 인간관계를 경계하며, 그들을 이해하려 하지 않는 인간들과의 소통보다는, 망가나 아니메 캐릭터들이나 접근 불가능한 TV스타들과의 마음 편한 가상 교제를 더 좋아한다. 오타쿠라는 낱말 그 자체도 젊은이들이 자기들끼리 사용하는 일종의 비인칭 존칭으로서, 다른 인간들과의 소통의 어려움을 단적으로 상징한다. 그들의 주요 통신 수단이 전자 통신망(SNS)이나 인터넷이라는 것, 그리고 그들이 가명을 사용한다는 것이 그러한 의미다.<sup>19)</sup>

### 3. 선택형 오타쿠에서 양산형 오타쿠로

#### 1) 예술에서 산업으로 변한 아니메

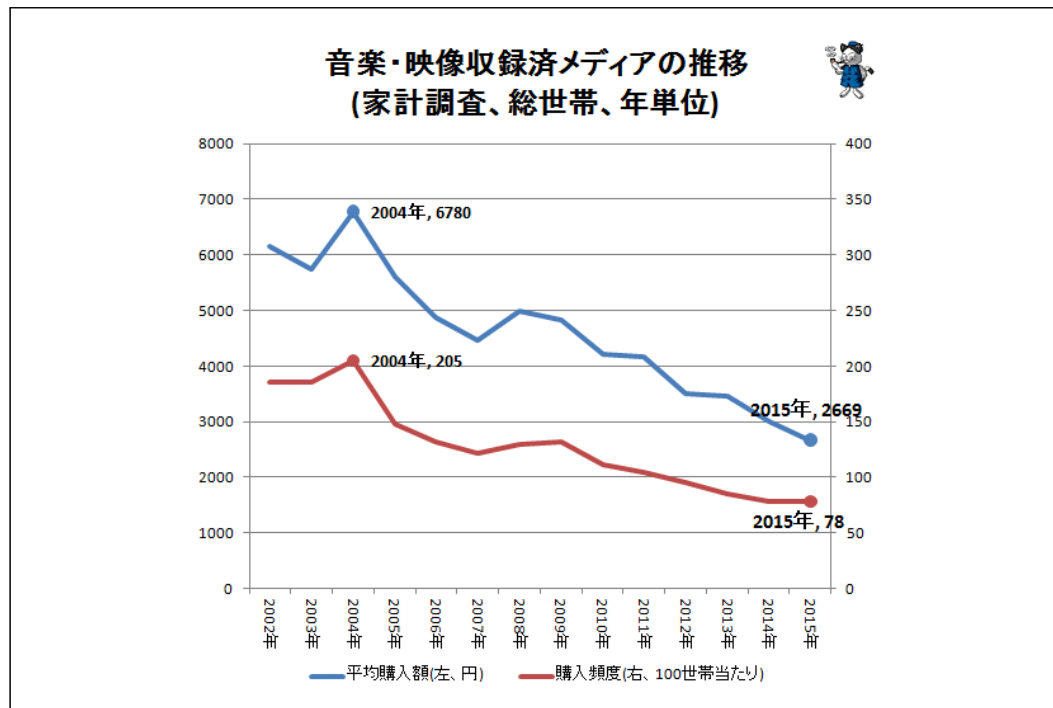
##### (1) 작가주의 시대의 해체와 제작사의 난립

1990년대 들어 일본 애니메이션은 산업으로서 성숙기를 지나며 기술이 평준화되어 첫째 토미노 요시유키, 미야자키 하야오, 오토모 가즈히로, 안노 히데아키, 오시이 마모루 등의 몇몇 작가들(감독 포함)만으로 업계 전반에 영향을 끼칠 수 있던 시대는 점점 지나고 있다. 둘째 컴퓨터그래픽 기술의 발전과 공유로 높은 완성도의 애니메이션을 저렴하고 신속하게 제작하면서 과거 도쿄무비신사(TMS엔터테인먼트), 스튜디오피에로, 지브리스튜디오, 가이낙스 등의 극소수만이 독점하고 있던 ‘하이퀄리티의 애니메이션’ 제작 기술이 이제는 보편화된 기술이 되었다. 물론 일본의 애니메이션이 세계적 평가를 받게 된 데에는 여러 애니메이션 작가들의 역량도 있으나 역시 그런 작가들의 작품을 감상하고 평가하고 구입해주는 오타쿠들이 있어서 가능했다.

애니메이션 산업이 확대되면서 전체 시장의 규모가 커지면서 제작사가 난립하고 애니

19) 에티엔 바랄 (2002), 『오타쿠: 가상 세계의 아이들』, 송지수 (역), 문학과지성사, pp. 55~82.

[표 4] 음악·영상 수록제 미디어의 추이(가계조사, 총세대, 년 단위)\*



\* 일본 총무성 통계국 (2005.10), 오타쿠의 유형 통계분석. URL: <http://techon.nikkeibp.or.jp/>

메이션 작품 수가 급증하면서 제작사의 채산성을 맞추기가 힘들어졌다. 예를 들어〈신세기 에반게리온〉은 텔레비전 방영 때는 시청률 7%의 인기 없는 프로였으나 방영이 끝난 후 비디오 재발매로 인기가 급상승했고 관련 상품은 400억 엔의 매출을 기록했다. 〈신세기 에반게리온〉의 극장판 영화 관객은 30만 명이었는데 이 중 20만 명이 사전 예약이었다고 한다. 사운드 트랙 CD는 20만 매 이상, LD는 22만 매, 필름북은 30만 부 이상 등의 기록을 남겼다.<sup>20)</sup> 역대 애니메이션 BD(블루레이디스크) 및 DVD 판매량을 보면 2000년을 기준으로 2004년 이전은 작가주의 관점의 작품이라면 2000년도 이후의 작품은 캐릭터는 변함없고 시리즈물위주의 약간의 스토리를 변형한 작품들이다. 그런 결과 전체 디지털매체 시장은 확대되고 있지만 CD·DVD·BD 판매가 폭락하고 있다. 2004년을 정점으로 매년 급감하고 있다.

20) 신세기 에반게리온 공식홈페이지

## (2) 미소녀, 모에물의 남용

〈신세기 에반게리온〉 극장판의 여주인공 ‘아야나미 레이’는 ‘모에’적 요소를 스토리에 적절히 배합함으로써 작품의 몰입도를 높이고 피규어 등의 상품화에 적극 공헌하였다. 그 이후 애니메이션의 주 소비자층은 일반인이나 라이트팬이 아닌 오타쿠 위주이며 제작자들의 상업적 이득을 위해 모에적 요소를 무한 반복하여 현재의 상황이 되었다. 그래서 평단의 비판이 제기되며 ‘모에’에 대한 반감이 커지고 오타쿠의 인지도도 부정적으로 바뀌었다. 이제 애니메이션은 일반 대중의 미디어가 아닌 오타쿠만의 미디어라는 사회적인 비판이 일어난다. 양적으로 증가한 제작사와 작품들 중에 흥행하는 작품을 만들어야 되는 경쟁 현실에 놓이다 보니 오타쿠라는 확실하고 충성스러운 팬덤을 대상으로 하는 미소녀물 모에물들이 우후죽순으로 제작되면서 애니메이션은 작품성도 없고 국제 시장도 없었다는 비판을 듣는다. 이들 오타쿠는 자신들이 좋아하는 작품과 상품들을 구매하기에, 산업적인 측면에서 이들을 주요 소비자층으로 보는 것은 안정적인 전략이었고, 이에 따라 전반적으로 작화 수준을 비롯한 제작 기술은 향상되었으나 애니메이션의 추세이며 특징인 작가주의와 다양성 기반의 작품은 볼 수 없게 되었던 것이다.

데즈카 오사무로부터 시작되는 시기의 애니메이션이 철학적인 주제 혹은 문제의식을 담아내며 상업적 재미까지 충족되었던 시기라면 현재의 오타쿠는 의식 자체가 다르고 향유하는 문화 양상도 다르다. 그중 일부 오타쿠들은 〈드래곤볼〉, 〈슬램덩크〉 등을 즐기다 사회 구성원으로 복귀하지만, 나머지 오타쿠들은 애니메이션이 사실상 성행위 장면 없는 성적 욕구 해소 용도로 바뀌게 된 원인을 제공한 주범이자, 그 문화를 향유하는 계층들이다. 그 시작은 ‘모든 것을 팔아먹을 대상으로만 보는 경영학적 관점, 투자자적 관점’에서 시작해 황금기 경제 시절을 거치며 일본 문화 산업이 커지게 되자 대자본이 투자되어 작가주의적 작품은 소멸하고 짧은 시간 많이 소비될 수 있는 작품을 시리즈로 찍어낸 결과로, 오타쿠층이 기괴하게 뒤틀려버린 것이다. 그러한 과정에서 생긴 결과물이 ‘모에’다. 결국 한국 아이돌 시장처럼, 혹은 그보다 더 극단적으로 성 상품화가 진행되기 시작한 애니메이션 시장은 ‘모에’의 추구라는 자기 합리화 속에 장르물로 자리잡으며 저열화의 끝으로 가게 된다. 그 결과물로 결국 성적 요소만이 잔뜩 강조한 캐릭터나 혹은 향유층을 노린 여성 성향 애니메이션이 시장을 잠식하기 시작한다. 그것이 시장의 대세가 되며 그 흐름을 따라가려는 부류와 그 흐름을 선도하는 부류의 경쟁이 가열화되며 악순환이 된다. 그리고 일본 애니메이션 산업은 수익률이 낮은 TV 방영을 기반으로 인지도를 높이고 DB(####BD?)와 머천다이징<sup>21)</sup>으로 수익을 창출하는 구조로 되어 있어 DB와 머천다이징의 판매도를 경쟁적으로 높이기 위해 노출이 심한 캐릭터와 야한 장면이 경쟁적으로 들어가며 악순환이 된다.

### (3) 제작사의 무책임과 주식회사 시스템의 한계

주주들은 단기이익을 우선하는데 글로벌 위기 이전 미국CEO들이 주가의 격차를 이용 이익을 확보하려다 사법처리 되었던 리만브라더스 사건<sup>22)</sup>에서 보듯이 일본 애니메이션 제작사들도 주식회사인 만큼 주주들이 당장 돈이 안 되는 심오한 철학적 애니메이션을 만드는 작가·프로듀서가 자유롭게 작품을 제작할 수 있는 풍토가 아니다. 과거 버블 경제 시절이나 작가주의 시절에는 가능했던 작품들이 이제는 상황의 변화로 기획 단계에서 폐기되고 팔릴 수 있는 작품만 철저한 시장조사에 의해 기획·제작되었던 것이다. 이제 〈세일러문〉, 〈신비한 바다의 나디아〉를 상영관에서 볼 수 있던 시절은 지나간 것이다.

일본 작가(감독 포함)들 중에서도 작품에 대한 책임을 자각하지 못하는 이들이 있다. 하지만 작품은 작가의 것이니 당연히 작가의 책임하에 있다. 건담과 반다이<sup>23)</sup>의 관계처럼 다른 누군가를 위해 프로파간다를 만들어서는 안 된다. 또한 제작자의 어려운 환경을 내세워 오타쿠의 주머니를 공략하는 작품을 엔터테인먼트나 서브컬처라고 할 수 없다. 서브컬처는 산업의 결과물이니 제작의 변은 아니기 때문이다. 그렇기에 많은 제작사는 책임이 따른다. 이것이 제조자의 책임이다. 옥시크린<sup>24)</sup>이 제조되는 과정에서 유해물질이 들어갔다면 당연히 만든 기업이 책임지듯이 만드는 이에겐 악의가 없었다고 해도 제조자의 책임은 분명히 존재한다. 마찬가지로 서브컬처나 팝컬처 제작에도 책임이 있다. 이유는 그것이 상품이기 때문이다. 재미있는 작품을 만들어한다는 책임이외에도 모든 정치적, 경제적, 사회적 입장에 대한 프로파간다가 되어서는 안 된다는 책임이 따른다. 따라서 오타쿠에 대한 비판은 자성과 자괴를 포함한 의미로 받아 들여야 하며 망가·아니메·게임에 대한 비판은 상대적이어야 한다.

## 2) 서브컬처의 붕괴와 내셔널리즘의 출현

1950~1960년대 고도성장과 전공투 등의 학생운동의 급진화현상이 일어나며, 1970~

---

21) 시장조사와 같은 과학적 방법에 의거하여, 수요 내용에 적합한 상품 또는 서비스를 알맞은 시기와 장소에서 적정 가격으로 유통시키기 위한 일련의 시책.

22) 1850년 설립된 다각화된 국제금융회사로, 2008년 6천억 달러에 이르는 부채를 감당하지 못하고 파산 후 서브프라임 모기지 사태가 일어났다.

23) 섬유회사 반다이산업의 자회사로, 섬유공장에서 남은 천을 이용해 인형을 제작하고 해외 시장 위주로 판매했다. 1980년대 야마토와 건담 시리즈로 성장했다.

24) 2011년 ‘옥시싹싹 가습기살균제’로 146명이 사망하는 사건

1980년대에 일본의 청년세대가 급격하게 탈정치화 된다. 전후 소비사회의 급격한 진행으로 인해 인간관계가 파편화되는 한편 공동 가치를 지향하는 공동체가 힘을 잃어가는 상황에서 현실을 지탱할 만한 가치가 부재한 시기를 살아가는 젊은 세대에게 당시의 서브컬처 문화는 분명 매혹적인 선택이었다.

젊은이들의 서브컬처 문화는 전후 호황기 소비사회의 산물이었다. 그러나 1990년대 이르면서 동시대의 젊은이들이 1995년 옴진리교 사건<sup>25)</sup>에 빠져드는데 옴진리교 사건은 서브컬처가 상징하는 종말관과 깊은 연관을 지닌다. 이것은 일본의 젊은이들의 삶을 구성하는 거대 서사가 부재한 자리를 ‘핵전쟁 후의 공동체’라는 세계관이 대신한다는 사상이다. 또한 이는 미래를 담보할 수 없고 전과 같은 호황이 가능하지 않게 되자, 젊은이들이 가상적이고 인공적인 국가 공동체에 자신을 내맡기게 되는 계기가 된다. 이른바 ‘J회기’<sup>26)</sup>라고 부르는 내셔널리즘도 이 시기에 나타난다. 1990년대 버블 경제의 불황 속에서 밝은 전망 없이 끝없는 일상을 반복해야 하는 세대들에게 나타나는 공통적인 현상은 그들의 삶에 가치를 부여할 만한 ‘서사담론’의 부재다. 전후 안정을 지탱하던 ‘가치규범’은 그들에게는 무용지물이었다.

### 3) 산업의 대상으로서의 양산형 오타쿠

오카다 도시오는 그의 책 『오타쿠는 이미 죽었다』에서 “이제 더 이상 오타쿠는 크리에이티브한 존재가 아니고, 상업 시스템에 놀아나는 소비자일 뿐이다!”라고 했다. 오타쿠 시장이 이윤을 극대화하기 위해 선택한 확장이 정작 오타쿠를 오타쿠일 수 있게 한 외재성을 잃고 ‘문화적 가치’, 따라서 거기에 뒤따르던 ‘경제적 가치’까지 파괴하는 결과로 이어진다.<sup>27)</sup> 또한 “지금은 거대한 대중문화 체제에 포섭된 이른바 양산형 오타쿠라면, 과거의 오타쿠들은 자신들끼리의 독립된 마켓에서 성장하는 적극적인 하위문화 주체인 선택형 오타쿠인 셈이다. 하지만 결론은, 그들은 그들만의 특수한 경제적 가치로 되돌아가야 한다는, 결국엔 ‘얼마나 나은 효율을 갖추느냐’라는 개념에 갇히는 것이 아닐까?”다. 오타쿠가 좀 더 친숙한 존재로 거듭나고 오타쿠적인 것이 범람하는 것을, 다른 시점으로 보면 어떨까? ‘오타쿠가 점점

25) 1984년 생성된 일본의 신흥종교단체로, 1995년3월20일 도쿄지하철에 사린가스 테러를 저질렀다.

26) 1990년대 이후 경기가 침체되다 보니 니혼진론(日本人論) 같은 칭찬론이 통하지 않게 되고 그 대신에 역사 인식이나 야스쿠니 문제 등으로 초점이 바뀌며 내셔널리즘이 새롭게 대두된 것이 아니라 단지 과거의 내셔널리즘이 형태를 바꾼 것이다. -오쿠마 에이지(2015. 5. 20), 〈아사히신문〉 칼럼.

27) 오카다 도시오(2008), 『오타쿠는 이미 죽었다』, 신초출판사, pp. 77~91.

사회화되는 것'이 아니라 '사회가 점점 오타쿠화되는 것'이라고 할 수 있다. 베버의 지적처럼 문화적 합리화 과정이 낳은 '정신이 부재한 전문인'과 '마음이 없는 향락 인간'들일까? 어쩌면 '생활 세계'가 '체계'에 의해 식민화되는 근대의 병리를 낳는 하버마스의 파편화된 인식을 바탕으로 하는 게 아니라 거꾸로 파편화된 인식을 낳는 조건일 수도 있다. 그렇게 보면 오타쿠들은 근대 이성의 산물이면서 피해자일 것이다.

파편화된 의식은 생활 세계의 문화적 빈곤화 현상과 긴밀한 관계를 맺고 있다고 볼 수 있다. 예전에 오타쿠가 몰두하는 분야가 망가·아니메·게임 등으로 중요시되었지만 지금은 '정치 오타쿠', '인문학 오타쿠'처럼 분야와 상관없이 어떻게 접근하는가를 기반으로 삼고 있다. 오타쿠를 구분하는 요소로는 그들이 좋아하는 분야가 아니라 그들의 소비 방식에 있다. 그 방식이란 텍스트를 둘러싼 언뜻 보면 쓸데없는 모든 정보들을 수집·축적한 모듈들을 하나로 통합하고 그것을 새로운 콘텐츠로 승화하는 모습을 오타쿠 출신인 야마가 히로유키의 가이낙스(GAINAX)를 통해서도 알 수 있다. 이러한 방식에서 작품 혹은 소비 대상의 가치를 결정하는 것은 그와 관련된 역사적·사회적 맥락이 아니라 '개인적 취향'과 그것을 과시할 수 있는 스타일적인 측면이라는 것이다. 예를 들어 "좌파적 색채를 담은 아마추어 만화와 대중지에 연재되는 인기 만화가 단순한 차이로 환원될 수 있는 동질의 정보"인 것처럼, 『동물화하는 포스트모던』에서 아즈마 히로키가 지적했듯, 이제는 실종된 거대 담론을 대체 하던 '이야기 소비'마저 사라지고 그저 캐릭터를 매개로 한 데이터베이스의 조합만을 소비 하는 행위로 옮겨가고 있다.<sup>28)</sup>

#### (1) 마이너리티로서의 양산형 오타쿠

일본 '넷우익'<sup>29)</sup>의 상당수가 오타쿠층으로 오타쿠에 대한 일본 사회로부터 부당한 비난에 억울함을 느끼거나 주류의 '평범한 아이들' 사이에 섞이기 어려워하는 학생들이면서도 정작 자신들은 마이너리티 계층에 대해 부당한 비난을 하는 방식은 현대에 와서 더욱 심해지고 있다. 주류에 섞이기 힘들어하는 이들이 오타쿠적인 취미에 빠져드는 동시에 범죄 등의 유혹 대상이 되기도 한다. 이는 오쓰카 에이지가 유럽에서 일본만화 작법을 가르칠 때 모여든 학생 중에 주류층보다는 이민자 출신의 청소년이 많다는 사실에서 입증된다.

옵진리교도 <기동전사 건담>에 나오는 '뉴타입'을 차용했던 것이 매스컴에 보도되었고,

28) 아즈마 히로키 (2007), 『동물화하는 포스트모던』, 문학동네, pp. 76~95; 안은별 (2012. 4. 20), '여아 살해자'에서 '미녀의 남편'으로...오타쿠의 변신!, 『프레시안』.

29) 우익성향의 네티즌, 인터넷을 기반으로 제노포비아, 국수주의 성향 등을 띄는 이용자들을 지칭하는 단어



그러한 오타쿠들은 자신들이 처지가 어려운 이유는 상류층이나 특권 계급이 아닌 여성이나 외국 이민자와 같은 마이너리티 탓이라고 생각한다. 이러한 현상은 유럽, 미국, 그리고 한국 등지에서도 일어나고 있는 현상이다. 그들은 마이너리티에 대한 보호정책조차 ‘특권’이라고 비판하며 자신들이 혜택을 받을 수도 있는 복지정책을 부정하는 경우도 있다. 정부의 지원을 받는 계층을 ‘늘고먹는 계층’이라고 생각한다. 남의 큰 고통보다 자신의 작은 고통을 더 아프게 느끼는 것은 인간의 보편적인 성향이라 할 수 있으나, 자신을 스스로 ‘피해자’로 보다 보니 특히 마이너리티가 될 수밖에 없는 이들 스스로를 가해자로 몰아가게 된다. 이런 상황은 부모세대들이 망가 · 애니메 · 게임을 ‘나쁜 짓’으로 보는 자세와도 일맥상통하고, 오타쿠에 대한 탄압과 정확히 일치하는 것임에도 불구하고 이것을 이해하지 못하는 것이다.

## (2) 오타쿠의 전문가 문화

앞에서도 언급했지만 베버는 근대의 문화적 특징을 이전의 종교적 · 형이상학적 세계상 안에서 표현된 실질적 이성이 근대에 와서는 다만 형식상으로만 결합하여 진리, 규범적 정당성, 아름다움 등의 특수한 시점으로 분열되었다는 데서 찾았다. 그런 분열은 또한 각각 인식의 문제, 정의의 문제, 미학의 문제로 전환되어 급기야는 과학 · 도덕 · 예술 등의 가치 영역의 분화가 일어나고, 그것은 또 각각 상응하는 문화적 행동 체계로서 과학적 논의, 도덕이론적 탐구, 예술의 생산과 비판 등의 전문가의 문제로 제도화된다. 이러한 전문화의 결과로서 전문가 문화와 광범한 독자층 사이의 거리가 멀어지고 있는 현상은 일본뿐만이 아니라 지금 우리 주변에 허다하다. 전문화된 성찰을 통해 비대해진 각각의 분화된 문화의 모습들은 그 결과 일상 실천의 소유로 되지 못하고, 문화적 합리화와 함께 생활 세계의 빈곤화를 조장한다. 오타쿠 문화는 이러한 현대의 병리 현상을 고스란히 한 몸에 담고 있다. 그리고 그와 동시에 자신들을 수용할 것을 요구한다. 그들은 우리에게 다시 한 번 옴진리교의 사린가스사건 등을 통해 신화를 받아들이라고 요구하는 것이다. 신의 죽음을 통해 세계의 탈주술화 과정을 겪어온 지금, 그들은 오히려 사물에 주술을 걸고 있다. 우리가 오타쿠에 주목하는 이유는 그들이 피해자든 수혜자든 오타쿠들은 분명히 근대 이성의 합리화된 체계에 구멍을 내고 있다. 평범한 일상을 거부하고 상식을 싫어하며 모든 생산주의적인 분위기로부터 거부하고 있다.

#### 4. 결론

오타쿠들은 단지 망가와 애니메를 소비하는 것을 넘어 자신이 보고 싶은 작품을 직접 창조하는 일에 뛰어들면서 서브컬처 문화의 격을 상승시켰다. 일찌감치 디즈니 애니메이션에 매혹되어 일본에서도 만들어보겠다는 욕망을 실현한 테즈카 오사무의 뒤를 수많은 오타쿠가 따라갔던 것이다. 〈신세기 에반게리온〉을 만든 안노 히데아키는 한때 오타쿠 4대천왕의 하나로 불렸고 제작사인 가이낙스는 오타쿠들이 모여 만든 회사였다, 하지만 지금은 시대가 변했다. 인터넷을 통해 모든 것에 접속하고 정보를 얻을 수 있게 되면서, 자신이 원하는 문화상품을 끊임없이 옮겨 다니면서 소비할 수 있는 시대가 되면서, 욕망을 해소하는 오타쿠로 충분하게 된 것이다. 게다가 21세기 이후의 문화는 점점 세분화되고 좁아지면서 고립되었고 소통 또한 어렵게 되었다. 특정한 소비에만 머무르며, 비판적 사고 없이 몰두하기만 하면 결국은 평면적인 사고밖에 할 수 없게 된 것이다. 과거에는 오타쿠가 ‘크리에이터’였는데 지금은 ‘유저’가 된 것이 문제다. 그렇기 때문에 유저화된 오타쿠 중에서 새로운 세대의 크리에이터가 나오지 않는 것이다.

기존의 국내 연구의 관점이 오타쿠와 망가·아니메·게임의 관계라면 그들을 양산해 낸 일본의 연구의 관점은 ‘사회’와 ‘집단’으로 볼 수 있다. 오타쿠를 연구하는 이유는 그것이 ‘현대의 문화적 이성의 결과물’이기 때문이다. 오타쿠는 현대 이성의 합리화된 체계를 행동으로써 비판하고 있으며, 목표도 가치도 없는 사회에서 출발한 젊은 세대, 너무나도 폭력적인 세상과 희망 없는 미래의 가공할 현실로부터 벗어나고자 하는 젊은 세대의 저항이 아닐까? 물론 거기에는 일본이 이룩한 경제적 부가 더 얹어지면서 오타쿠들은 드디어 소비하는 인간이 된다. 그렇다면 오타쿠들은 근대 이성의 수혜자일까, 피해자일까? 이들은 ‘체계’에서 제외되고 ‘생활 세계’에서도 소통의 장애를 겪는다. 그런 이들이 자기를 주장할 수 있게 되는 것은 아이러니컬하게도 그들을 쫓아낸 ‘체계’에 의해서다. 그 이후에야 이들의 소통은 동일한 관심을 두고 있는 다른 오타쿠들과 이루어진다. 즉, 오타쿠들의 소통 욕구는 목적 합리성에 의해 움직이는 ‘체계’에 의해서 이루어진다. 여기서 그치지 않고 ‘체계’는 다시 오타쿠들을 포섭한다. “오타쿠 시장을 공략하라”라는 ‘체계’가 오타쿠들을 대하는 방식을 말해준다.

현재의 일본 애니메이션 산업의 문제는 애니메이션을 보고 자란 세대가 성인이 되어도 여전히 수요와 공급의 질량은 변하지 않고 있으며, 성인의 취향에 맞추기 위해 선정적·폭력적으로 흐르고 어설픈 철학을 첨가하여 회의주의, 염세주의 성향도 강해지고 결국 이러한 경향이 청소년 애니메까지 영향을 미치고 있으며 경제적 불황을 타개하기 위하여 폭력과

퇴폐만을 양산하는 결과를 낳았다. 이렇게 되면 부정적 오타쿠, 즉 히키코모리 · 소시오패스 · 사이코패스를 양산하는 사회가 되는 것이다.

일본의 문화산업, 즉 상품을 팔아먹기 위한 비즈니스적 문화 역량이자, 그 나라를 대표하게 되는 주요한 문화역량이 모두 일본의 오타쿠 문화에 크게 의지하고 있다. 그것도 주로 상품을 구매할 능력이 있는 남성 오타쿠 위주로 편성이 되고 있는데, 만약 이 추세를 깨트리지 못한다면 애니메이션 산업을 필두로 일본 문화 산업은 메이저컬처나 서브컬처 모두 공멸하게 된다.

## 참고문헌

- 문화관광부 (2015.01), 『애니메이션 산업 중장기 발전전략』.
- 아즈마 히로키 (2007), 『동물화하는 포스트모던』, 문학동네.
- 에티엔 바랄(2002), 『오타쿠: 가상세계의 아이들』, 문학과지성사.
- 오쓰카 에이지 · 선정우 (2015), 『오쓰카 에이지: 순문학의 죽음, 오타쿠, 스토리텔링을 말하다』, 북아이북.
- 오카다 도시오 (2008), 『오타쿠는 이미 죽었다』, 신초출판사.
- 위르겐 하버마스(2006), 『의사소통행위이론』, 나남. pp. 668~670.
- 이정춘 (2014), 『생각이 사라지는 사회; 한국의 디지털 아노미현상』, 청림출판. pp. 76~90.
- 이호영 (2008), 『일본의 미디어 문화』, 시간의물레. pp. 44~60.
- 조성기(2009), 『아니메에서 일본을 만난다』, 어문학사. pp. 76~101.
- 송재국 (2000), 「재팬애니메이션과 오타쿠 문화의 고찰」, 배재대학교 국제통상대학원 석사학위논문.
- 이승재 (2000), 「일본Animation으로 야기된 사회현상에 관한 연구: 「신세기 에반게리온」을 중심으로」, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 임소영 (2002), 「오타쿠 문화에 관한 고찰」, 경성대학교 대학원 석사학위논문.
- 조흥미 (2012), 「오타쿠에 관한 인식 연구」, 경성대학교 대학원 박사학위논문.
- 김동원 · 박형진 (2009), 「2D애니메이션의 시간 공간 표현에 대한 상징성 연구」, 『애니메이션 연구』, 5권 3호(통권 11호), 25~43.
- 나카모리 아키오 (1983), 「아니메 칼럼」, 『망가부릿코』, 통권 29호, 119~138.
- 오동일 · 김도형 (2009), 「일본애니메이션의 미학적 배경에 관한 연구」, 『애니메이션 연구』, 5권 2호 (통권 10호), 32~48.
- 이승재 (2005), 「일본 애니메이션 캐릭터 산업의 성공전략 사례 연구」, 『애니메이션 연구』, 1권 1호 (통권 1호), 209~235.
- 이승재 (2006), 「안노 히데아키의 작품에서 보여지는 내러티브구조의 상호작용 연구」, 『애니메이션 연구』, 2권 1호(통권 제2호), 133~150.
- 조흥미 · 안병곤 (2011), 「사회적 관점에서 본 오타쿠의 발생요인 연구」, 『일본근대학연구』, 32집, 131~148.

Jürgen Habermas (1990), *Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer*

*Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Suhrkamp, Frankfurt a. M.,  
Max Weber (2002), The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism, *Quarterly  
Journalism of Economics*, 66, 194~223.

안은별 (2012. 4. 20), 「'여아 살해자'에서 '미녀의 남편'으로...오타쿠의 변신」, 『프레시안』.

오타쿠용어정리, <http://jinh.tistory.com/794>

BANDIA visual, <http://bandia.co.jp>

GAINAX Co.Ltd, <http://www.gainx.co.jp>

KADOKAWA, <http://www.kadokawa.co.jp>

KODANSHA, <http://www.kodansha.co.jp>

SHOGAKUKAN, <http://www.shogakukan.co.jp>

TOKUMA, <http://www.tokuma.co.jp>

최초 투고일 : 2016년 7월 30일

게재 확정일 : 2016년 8월 24일

논문 수정일 : 2016년 8월 31일

## Abstract

# A Study on Japanese Animation Industry Impact on the Otaku Culture

Seung Jae Lee

After experiencing Japanese economic miracle and extremely large growth of economy, affluence and consumption were rampant. Inconsistency of Japanese public education and imperialism was driven young generation lack of competitive power and self-esteem. After the Second World War it was difficult to judge and be proud of its own culture. This occurred identity diffusion and anxiety. Media and Images substitute real life.

The Otaku is mainly passive and naive on society issues however extremely active in accommodating virtual reality. Nowadays they are living on bustling, broad cutting-edge technologies platform. The 1990s were a hard time in Japan after the economic bubble burst in the late 1980s. Japan tried to regain footing, but people were on hard times as the economy suffered greatly. The huge of success of an Anime *Neon Genesis Evangelion* in Japan in parallel with the economic downturn of the 1990s, the increasingly apparent otaku culture have turned into a phenomenon that arise issues. Anime industry Broaden and its market experienced a boom in production. It developed low quality fast consumable series of product. Otaku culture became complex and distorted of its own identity. Present Otaku is spawned by mass produce products of Japanese pop culture. Otaku was an underground market in the beginning. In the past they were independent enthusiastic devoted consumer of different post-war Japanese subculture. The otaku culture has however continued to spread wide within the country and even internationally which emerged its positive aspects that dominated Japanese society.

**Key words** | Japan animation, otaku culture, content, sub culture, select otaku, mass-production