



오타쿠를 통해 본 문화의 특성 연구 -일본과 중국의 만화, 애니메이션을 중심으로-

Study on characteristics of culture through Otaku - Focusing on Cartoons and Animations in Japan and China -

저자 (Authors)	유사첨, 이종한 Liu, Si-Jie, Lee, Jong-han
출처 (Source)	만화애니메이션 연구 , 2019.6, 171-192(22 pages) Cartoon and Animation Studies , 2019.6, 171-192(22 pages)
발행처 (Publisher)	한국만화애니메이션학회 Korean Society of Cartoon and Animation Studies
URL	http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE08754692
APA Style	유사첨, 이종한 (2019). 오타쿠를 통해 본 문화의 특성 연구 -일본과 중국의 만화, 애니메이션을 중심으로-. 만화애니메이션 연구, 171-192
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.

'오타쿠'를 통해 본 문화의 특성 연구 -일본과 중국의 만화, 애니메이션을 중심으로-

- I. 서론
 - II. '오타쿠' 문화의 형성 및 발전
 - III. 만화, 애니메이션의 오타쿠 특성
 - IV. 결론
- 참고문헌
ABSTRACT

유사첨, 이종한

초 록

글로벌 시대에서 중국은 외래문화의 영향을 받은 서브컬처의 문화 영향력의 중요성을 인식해 중국적인 코드를 만들려고 노력하고 있다. 만화, 애니메이션 분야에서 일본과 미국의 영향을 받아 중국의 만화, 애니메이션 시장이 계속 확장되고, 매체의 변화에 따라 콘텐츠 유형도 다양해지고 있다. 이 중에서 특히 1990년대에 태어난 젊은이들이 많은 영향을 받았다. 1980년대부터 중국의 가정에서 TV가 보급됨에 따라 처음으로 일본 애니메이션을 보게 된다. 1990년대 아이들은 TV로 일본 애니메이션을 본 후 바로 인터넷이 보급되어 일본 애니메이션이 대량으로 중국 시장에 들어오게 된다. 이 시기에 중국 자국의 애니메이션 산업은 정체된 상태이고 만화, 애니메이션 산업이 적극적으로 발전되지 않았다. 이런 상황에서 중국 내에서 만든 내용이 평범한 작품보다 일본의 만화, 애니메이션이 신선한 세계관, 독특한 스토리로 중국 만화, 애니메이션 시장을 점유하게 된다. 그 영향력은 지금도 유지되고 있으며 중국 만화, 애니메이션은 아직도 일본의 외형 스타일에서 벗어나지 못하고 있다. 그 중 이런 현상을 보여주는 대표적인 소비자 특징으로 '오타쿠'를 볼 수 있다. 특히 글로벌 시대에 중국의 만화, 애니메이션 오타쿠들이 일본의 오타쿠들과 더욱 비슷하게 행동하고 심지어 자신의 사회생활로까지 오타쿠 문화를 이어간다. 이런 만화, 애니메이션의 오타쿠적인 현상은 중국 현대인의 오락문화의 축소판을 투사하고 있다. 하지만, 일본과 중국의 오타쿠 발생시 사회문화의 현상과 문화소비의 패턴이 다르기 때문에 오타쿠의 성향도 다르게 나타난다.

이 논문에서는 만화, 애니메이션 작품을 예시로 오타쿠의 양상에 나타나는 문화적 및 심리적 특성을 알아본다. 특히 이런 특성을 매슬로의 욕구단계이론으로 분석함으로써 중국의 오타쿠 서브컬처에서 일본과 다르게 나타나고 있는 문화적 및 심리적 특성을 알아본다. 오타쿠 문화는 일본뿐만 아니라 사회 및 테크놀로지의 발전에 따라 세계화되는 추세를 보이지만, 각 나라의 문화적인 특징에 따라 다르게 발전해간다. 본 연구를 통해 밝히는 중국적인 오타쿠 특징들은 만화, 애니메이션뿐만 아니라 향후 중국의 문화 콘텐츠 전반에 걸쳐 깊은 영향을 미칠 것으로 보인다.

주제어 : 만화, 애니메이션, 오타쿠(OTAKU), ACGN, 매슬로 욕구단계이론, 문화 장(cultural field).

I. 서론

1. 연구배경 및 필요성

오타쿠라는 단어는 1970년대 일본에서 생겨난 단어이다. 1983년에 나카모리 아키오(中森明夫)가 처음으로 쓴 것이며 그 기원이 된 '오타쿠'라는 호칭 자체는 1960년대의 SF 팬덤으로까지 거슬러 올라간다고 한다.¹⁾ 일본의 칼럼니스트인 나카모리 아키오가 로리콘만가지[ロリコンマンガ誌]에 6월부터 8월까지 게재한 칼럼에서 처음으로 '오타쿠'라는 단어를 사용한 것으로 알려져 있다.²⁾ 그 후에 1974년에 만든 애니메이션 <우주전함 야마토>(宇宙戦艦ヤマト)에서 정식으로 '제1세대 오타쿠'가 탄생하게 되어 오타쿠 문화가 서브컬처에서 널리 인식하게 된다. 오타쿠 문화가 탄생하고 지금까지 이미 40년이 지난 역사를 가지고 있다. 지금의 오타쿠 문화는 일본뿐만 아니라 전 세계의 ACGN³⁾ 콘텐츠와 관련된 서브컬처에서 익숙한 단어이고 사람마다 오타쿠에 대한 인식도 다르게 나타난다. 사회와 테크놀로지의 발전에 따라 만화, 애니메이션의 오타쿠 문화가 나타나고 있는 특징이 달라지고 있다. 현재 서브컬처에서 오타쿠에 대한 정의는 계속 변화하고 있고 그의 양상도 달라지고 있다. 중국은 1980년대부터 일본 ACGN 문화에게 영향을 받기 시작한다. 일본이 이러한 ACGN으로 자국 문화 발전시켜 세계의 만화, 애니메이션 시장에서 위치를 굳히게 된다. 일본의 성공한 것이 이웃 나라인 중국도 긴 시간 동안 일본의 만화, 애니메이션 콘텐츠를 모방하여 만화, 애니메이션 등 콘텐츠를 발전시키기 위한 많은 탐색과 연구를 진행 중이다. 특

1) 아즈마 히로키(东浩纪) 지음, 이은미 옮김, 선정우 감수, 『동물화하는 포스트모던』, 문학동네, 2001, p19.

2) 네이버, 검색어: 오타쿠, <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1224900&cid=40942&categoryId=31614>.

3) Animation(애니메이션), Comic(만화), Game(게임), Novel(소설)의 총칭이다. 대만에서 생긴 용어이고 중국 서브컬처에서 많이 쓰이는 용어이다.

히, 애니메이션 발전과 함께 탄생 된 오타쿠 문화가 여러 문화 콘텐츠 영역에서 확산되고 있다. 오타쿠 문화가 최초의 소수자들이 즐기는 서브컬처 현상이었는데 이제 서브컬처와 대중문화라는 문화권에서만 일어난 현상의 범위로 벗어나 오타쿠 문화는 각각의 민족 문화 특성에 따라서 그 결과물은 상이하게 도출된다.

본 연구의 목적은 오타쿠 문화가 일본만의 제작과정으로 만화, 애니메이션이 서브컬처에게 미칠 영향을 알아본다. 본 연구는 매슬로(Abraham H. Maslow)의 욕구단계이론을 통해, 사회 환경에 의한 사람의 심리 변화를 분석하는 것을 통해 오타쿠 문화의 변화 과정을 분석할 것이다. 오타쿠 문화가 일본만의 특성을 반영한 일본 애니메이션의 제작과정에서 파생된 것으로서 중국의 만화, 애니메이션에게 어떠한 영향을 미쳤는지에 대해 알아보고자 한다. 일본에서 생긴 이러한 문화를 발판으로 하여 중국의 만화, 애니메이션의 오타쿠적 특성을 분석하여 중국의 오타쿠의 특징과 영향력을 연구하고자 한다. 동시에 콘텐츠에서 반영하고 있는 문화 특징도 분석하고자 한다. 본 연구는 결과적으로, 오타쿠라는 문화가 계속 중국의 문화 콘텐츠 전반에 걸쳐 깊은 영향을 미칠 것으로 확신한다.

2. 매슬로(Abraham H. Maslow)의 욕구단계이론

미국의 심리학자 에이브러햄 해럴드 매슬로(Abraham Harold Maslow)의 1943년 논문 「인간 동기 이론(A Theory of Human Motivation)」을 통해 ‘매슬로의 욕구단계이론(Maslow's Hierarchy of Needs)’을 발표하였는데, 이에 따르면 인간의 5가지 순차적 욕구는 생리적 욕구(Psychological Needs), 안전에 대한 욕구(Safety Needs), 소속과 사랑에 대한 욕구(Love and Belonging Needs), 존경에 대한 욕구(Esteem Needs), 자아실현 욕구(Self-Actualization Needs)이다.⁴⁾ 제일 기본적인 욕구 생리

4) A. H. Maslow, 「인간 동기 이론(A Theory of Human Motivation)」, 『Psychological Review』, 50, 370-396, (1943).

적 욕구부터 밑에 그림1대로 피라미드 구조로 되어있다. 인간이 식욕, 성적인 욕구 등 생명을 유지할 수 있는 기본적인 생리적인 욕구를 만족한 다음에 안전에 대한 욕구가 생기게 되어 생명안전 외계의 위험에 대한 회피하는 욕구이다. 여기까지는 하급 욕구로 나눌 수 있다. 이어서 소속과 사랑에 대한 욕구부터 고급 욕구로 올라온다. 인간이 사회 이 집단에 대한 소속감, 친구 애인 등 타인과 관계를 맺고 싶은 욕구. 존경에 대한 욕구는 사회 위치 등 인간으로서 존중을 받고 싶은 욕구. 마지막 가장 고급적 욕구는 자아실현은 자신의 잠재력을 발굴하여 자신의 가치를 최대화 하는 욕구로 볼 수 있다. 본 논문에서 매슬로의 욕구단계 이론을 이용해서 심리적인 측면에서 사람들이 오타쿠에게 가지고 있는 일면적이 인식을 타파하고자 한다. 오타쿠 문화가 생기게 된 이유가 사회 환경에 따라 나타난 현상이다. 인간의 심리적인 욕구는 변하지 않는다. 단지 사회 환경에 따라 욕구를 만족시키는 방법이 다양화한 것이다. 따라서 3장에서 다룰 부분이지만, 오타쿠는 기본적인 욕구부터 자신의 가치를 이제 서브컬처뿐만 아니라 다양한 방식을 통해서 실현되는 과정을 보여 주려고 한다. 오타쿠적 성격이 욕구단계 이론의 전체 과정과 같은 결과를 보여주는 것으로 이해할 수 있다. 서브컬처뿐만 아니라 문화 소비, 문화 창작의 과정에서도 오타쿠가 보이며 다양한 분야에서 자신의 욕구를 충족시킨다. 이러한 오타쿠 문화가 출현된 이유를 매슬로의 욕구단계 이론을 이론적인 기반으로 분석하며 현재 전 세계가 디지털 정보사회에 들어온 이후 일본뿐만 아니라 중국에서도 오타쿠 문화가 확산되고 있다는 것을 밝히고자 한다. 더 자세한 사항은 3장에서 사례 분석을 통해 제시하도록 하겠다.



그림 1. 매슬로의 욕구단계이론 피라미드(1943)⁵⁾

II. '오타쿠' 문화의 형성 및 발전

1. '오타쿠'의 정의 및 특성

'오타쿠'는 한 분야에 마니아나 전문가 이상으로 빠져든 사람. 1983년 일본에서 처음 사용하였다. 본래 의미는 ‘당신’, ‘댁’과 같은 높임말이다. 초기에는 만화나 애니메이션, 게임, 퍼스널 컴퓨터, 비디오 등 특정 대중문화에 몰두하는 취미를 가진 사람들이 서로를 존중하는 의미에서 ‘오타쿠’라는 말을 사용했으나, 1989년 미야자키 히토무의 여아 성범죄 사건 이후, ‘애니메이션, 게임에 파묻혀 사는 인간들’, ‘집에서 틀어박혀 사는 어둡고 사교성 없는 녀석들’이라는 뜻으로 변질되어 인식되기 시작했다. 그 뒤 비평가들이 ‘오타쿠’를 새롭게 조명하면서, ‘오타쿠’라는 용어는 일본의 하위문화의 대표하는 전문 집단으로 인식되고 있다.⁶⁾ 40년이나 넘은 오타쿠 문화에서 지금까지

5) NAVER, www.naver.com, 욕구 단계 이론, 2014.04.

6) 한국만화영상진흥원, 오타쿠, 2017.02.12.

지 4개의 세대로 나뉜다. 1960년대 전후 출생을 중심으로 <우주 전함 야마토>(宇宙戦艦ヤマト)나 <기동전사 건담>(機動戦士ガンダム)을 십대에 본 제1세대, 1970년대 전후 출생을 중심으로 앞 세대가 만들어 낸 발전되고 세분화된 오타쿠계 문화를 십대에 누린 제2세대, 1980년대 전후 출생을 중심으로 <신세기 에반게리온>(新世紀エヴァンゲリオン) 볼 때 중고생이었던 제3세대,⁷⁾ 그리고 1990년대 전후 출생한 디지털 시대의 다양한 콘텐츠를 누리고 있는 제4세대로 나눌 수 있다. 이 시기부터 어떠한 작품을 통해서 구분하는 것이 아니라 동아시아 한, 중, 일 세 나라의 서브컬처를 대표하는 개성이 가진 다양화한 집단으로 지향하고 있다.

오타쿠라는 호칭 초기에는 만화나 애니메이션, 게임, 퍼스널 컴퓨터, 비디오 등 특정 대중문화에 몰두하는 취미를 가진 사람들이 서로를 존중하는 의미에서 ‘오타쿠’ 라는 말을 사용했다.⁸⁾ 소극적인 의미로 오타쿠들을 한정된 공간에서 자신을 갇혀져 인간관계를 제대로 못하는 사람들로 인식한다. 이러한 해석들은 모두 오타쿠의 범위에 들어가 있다고 보며 문화 및 테크놀로지의 발전에 따라 오타쿠의 정의도 넓어지고 있다. 앞에서 언급한 듯이 오타쿠의 4개의 세대를 구별 짓는 것이 사회 환경의 변화를 따라 나타나고 있는 오타쿠의 정의는 취향과 특성에 따라 달라지고 있다. 2018년에 일본 만화원작으로 각색한 TV애니메이션 <오타쿠에게 사랑은 어려워>(ヲタクに恋は難しい)에서 볼 때 주인공 포함해 캐릭터들이 오타쿠로 설정된다. 설정에 따라 캐릭터들은 모두 애니메이션이나 게임에 대해 전문적인 지식을 가지고 있고 시간과 자금의 투자도 끊임없이 하고 있다. 자신이 열광하게 좋아하고 있는 서브컬처에게 충성도 및 높은 전문 지식이 가지고 있다. 주인공이 정상적인 출근 시간을 방해하지 않게 정기적인 2차 창작 페스티벌에서 자신이 만든 2차 창작된 동인지 작품도 팔

7) 아즈마 히로키(东浩纪) 지음, 이은미 옮김, 선정우 감수, 『동물화하는 포스트모던』, 문학동네, 2001, pp23-24.

8) 한국만화영상진흥원, 용어사전: 오타쿠, <http://dml.komacn.kr/term/1485>.

고 공동적인 취미를 가진 사람들과 오타쿠간의 교류도 한다. 이
에서 기존의 오타쿠라는 개념과 맞는 행위를 하고 있지만 주인공
들이 각자가 즐기고 있는 분야가 다르며 정상적인 사회생활도 하
고 있다. 사교성이 있는 '보통사람'으로 보이며 외부의 세계와
격리되는 것이 보이지 않다. 또한 작품 중에 등장한 캐릭터들이
서로 좋아하는 것에 대한 존중함 및 이해심도 가지고 있다. 현재
오타쿠에 대한 인식과 정의는 점점 개방적인 태도로 나타나고 있
다.



그림 1. 일본의 오타쿠⁹⁾



그림 2. 오타쿠에게 사랑은
어려워(2018)

Ⅲ. 만화, 애니메이션의 오타쿠 특성

1. <신세기 에반게리온>에서 본 '오타쿠' 특성

작품으로 볼 때 일본 제3대 오타쿠를 대표하는 작품으로
1995년에 나온 <신세기 에반게리온>이 있는데, TV 시리즈의 24화
에서 주인공 신지가 마지막 사도인 카오루를 죽이는 약 1분의 정

9) 사진1 출처: 바이두, 검색어: 御宅族.

지 화면이 현재까지도 명장면으로 팬들에게 널리 알려져 있다. 그 장면에서 주인공 신지가 인류 멸망을 방지하기 위해 마지막 사도 카오루를 죽이는 장면이다. 신지는 어릴 때부터 부모님에게 사랑을 받지 못하고 주변 사람과 어울리기 어려운 아이였다. 카오루 캐릭터의 정체는 마지막의 사도이기도 하지만 아담 영혼의 매체이다. '신성(神性)'이 가지고 있고 다른 사도와 달리 인간의 모습으로 태어났다. 작품 중에서 카오루는 신지를 이해하고 이유 없이 받아주는 '사람'으로 나타난다. 그런데 이 '사람'을 죽이고 인류를 구해서 다시 외롭고 자폐적인 생활에서 살아갈 것인지 아니면 자기의 행복을 위해서 죽이지 않고 인류의 미래를 무시할 것인지 선택을 하는 것이다. 신지에게 카오루는 유일하게 자신을 받아주고 이해해주는 '사람'이기 때문에 이 '사람'을 죽이면 자기의 정신적인 세계가 파멸된다는 사실을 의미한다. 두 개의 선택의 상징적인 의미가 있는데, 현실 세계와 가상 세계로 볼 수 있다. 신지가 직면해야 할 현실 세계는 항상 고통과 동행한다. 특히 인간관계에 대한 두려움과 소외감이 신지에게 끝없이 반복해서 생긴다.



그림 2. <신세기 에반게리온>(新世紀エヴァンゲリオン)
TV 시리즈의 24화 (1995)

이 1분 동안의 정지화면은 ‘현실’ 과 ‘가상’ 의 선택에 대

한 사고를 의미하고 있다. 비평가인 나카지마 아즈사(中島 梓)는 『커뮤니케이션 부전 증후군』에서 그 호칭에 이미 오타쿠의 본질이 확연히 드러나 있다고 논하고 있다. “오타쿠라는 말은 그 관계가 개인적인 것이 아니라 집 단위의 관계라는 것, 즉 자신의 영역을 등에 짊어지고 있음을 주장하는 것” 이라고 기술하고 있다.¹⁰⁾ 오타쿠들이 사회적 현실보다도 허구를 선택하는 것은 양자를 구별하지 못해서가 아니라, 사회적 현실이 부여하는 가치규범과 허구가 부여하는 가치규범 중 어느 쪽이 그들의 인간관계에 유효한가 하는지를 선택하는 것이다.¹¹⁾ 여기서 신지가 카오루를 죽이는 선택은 자신의 가치규범과 맞게 선택한 것뿐이라고 볼 수 있다. 현실 생활 속에 많은 어려운 선택을 직면할 때 우리가 어떤 심리적인 활동을 하고 있고 어떤 고민을 하고 있는가에 대한 인간의 감성의 묘사이다. 신지의 자폐적인 성격은 그 시대 배경에서 살고 있는 사람들의 가치관을 반영하기도 한다. 당시의 일본은 거품경제로 인해 사회적인 불안을 야기시켜 사람들이 정치적인 이데올로기에 대한 환상이 깨진다. 하나의 커다란 사회적 규범이 유효성을 잃고 무수한 작은 규범의 미림으로 교체되는 그 과정이 바로 프랑스의 철학자 장 프랑수아 리오타르(Jean-Francois Lyotard)가 처음으로 지적한 '커다란 이야기의 조락'에 대응한다고 생각된다.¹²⁾ 이에 따라 오타쿠는 더욱 자신의 세계관과 맞는 세계를 만들고자 하는 욕구에 충실하게 된다. 이러한 시대배경에서 <신세기 에반게리온>의 작품 핵심이 사회의 주류적인 이데올로기의 부재와 호응된다. 제3세대의 오타쿠가 생

10) 아즈마 히로키(东浩纪) 지음, 이은미 옮김, 선정우 감수, 『동물화하는 포스트모던』, 문학동네, 2001, p58.

11) 앞에 책, p59.

12) '커다란 이야기의 조락'에 대한 가장 기초적인 저서는 1979년의 『포스트모던의 조건』이다. 이 책의 분석은 주로 학문세계의 변화를 대상으로 하고 있지만, 그 후 리오타르의 이 말은 여러 가지로 확대 해석되어 70년대 이후의 세계의 특징을 파악하는 편리한 개념으로 유통되었다. 이 책에서 '커다란 이야기'라고 할 때는 리오타르 고유의 개념이라기보다 그런 여러 가지 확대해석도 포함한 넓은 개념으로 쓰고 있다. 아즈마 히로키(东浩纪) 지음, 이은미 옮김, 선정우 감수, 『동물화하는 포스트모던』, 문학동네, 2001, p60.

긴 이유를 알려준 뿐만 아니라 오타쿠가 아닌 그 시대배경에서 살고 있는 사람들의 심리 상태를 투사한다. 오타쿠에게 <신세기에 반계리온>의 거대한 이야기의 배경을 따라가는 것이 아니라 작품에서 캐릭터에게 인간의 심리적인 활동을 투사한다. 주류적인 이데올로기가 살아지면 타인의 개입 없이 작은 사회규범은 본인이 선택할 수 있게 만들어준다. 작품에서 캐릭터의 성격구성으로 오타쿠에게 자신의 그림자를 보이게 만든다. 인생의 의미는 이제 나라와 신화에서 부여하지 못하고 본인이 찾아내야 한다는 시대에 처하고 있는 것이 상징한다. <신세기 에반게리온>중에서 하나의 거대한 중심적인 이데올로기가 없어지고 어떠한 중심 사상이 인생에 대한 지향적인 의미는 존재하지 않다. 하지만 자신을 묘사하고 있는 거 같은 캐릭터들이 존재한다. 관객은 캐릭터랑 자신의 이미지를 중첩되며 현실 생활에서 이루어지지 못하는 환상을 캐릭터 통해서 재현한다. 이러한 방식을 통해서 당시의 주류 이데올로기가 없어진 사회 환경과 집단단체에서 소외된 느낌을 뒤늦게 되면서 애정과 소속의 욕구를 충족시킨다. 이 작품은 소위 제3차 일본 애니메이션 붐을 주도한 작품으로 회자되곤 한다.¹³⁾ 이어서 <신세기 에반게리온>이 당시 침체된 애니메이션 산업을 타파하여 제3차 애니메이션의 부흥기를 이끌어나간다. 당시의 시대 정체성은 작품에서 반영된다.

일본의 오타쿠는 1970년대에 최초로 생겼는데, 그대 오타쿠의 영향력은 아직 크지 않았다. 1990년대의 제3세대 오타쿠의 사회적 위치를 확립된 시기가 바로 경제 불황기에 처하고 사회의 빠른 변화의 속도를 적응하지 못하여 사회 생활하기 힘든 사람들이 자신을 숨겨 놓는 경향이 생기게 된 것으로 보인다. 이러한 환경 때문에 오타쿠 문화를 사회 현상으로 볼 수 있다. <신세기 에반게리온>에서 제 3세대의 오타쿠만 만들어 낸 뿐만 아니라 포스트모던 시대에 처한 모든 사람이 이러한 특징이 가지고 있다고 볼 수 있다.

13) 안병욱, (주)살림출판사, 『로봇을 향한 열정, 일본 애니메이션-아톰에서 에반게리온까지』, 2009.04.10, p.58.

2. 중국 '오타쿠'의 특성과 일본의 영향

중국의 오타쿠의 형성 원인 중에서 일본과의 공통적인 원인이 있다. 바로 형성된 시기가 포스트모던 시대이다. 포스트모던 시대에의 특징 중에 반 중심화적인 사고방식이 심해지며 문화콘텐츠에서 이러한 특징이 더욱 확실히 나타난다. 오타쿠의 특징 중에 자신에 세계, 자신의 개성과 욕구에게 충실한 것이다. 하지만 나라의 역사 배경과 사회 환경에 따라 오타쿠 문화의 형성 요소 중에 다른 점도 있다. 사회 환경으로 볼 때 중국에서 1980년대에 TV가 보급되어 1990년대 후기부터 인터넷이 보급이 된다. 중국의 오타쿠는 1990년대 인터넷의 보급이 된 후 일본의 만화, 애니메이션을 접촉하기 시작하여 오타쿠 문화가 중국에 들어오게 된다. 중국에서는 사회 환경의 영향으로 또 다른 변화가 생긴다. ‘御宅(오타쿠)’ 용어가 중국으로 들어온 뒤, 중국에는 ‘오타’ 단어 중 주택을 이르는 ‘택(宅)’자를 중심으로 ‘택남(宅男)’, ‘택녀(宅女)’, ‘아택(阿宅)’, ‘가리준(家裏蹲, 집에 틀어박혀 있는 자)’ 등의 오타쿠 관련 용어들이 탄생했다.¹⁴⁾ ‘택’이라는 한정된 공간에 대한 폐쇄성을 의미한다. 공간에 대한 폐쇄성뿐만 아니라 현재 오타쿠들은 한정된 문화 장(cultural field)¹⁵⁾에서만 활동하고 있다. 자신이 관심이 있는 것에만 적극

14) 석향란, 세종대학교 박사학위논문, 「중국 문화콘텐츠 IP(Intellectual Property)확대 재생산 방안 연구 -ACGN(Animation, Comic, Game and Novel) 콘텐츠 시장을 중심으로-」, 2018.8, p.60.

15) 부르디외는 사회공간을 각각의 특수한 논리와 자본을 가지고 있는 자율적인 영역의 구성, 즉 하나의 경쟁의 장이라는 가정 위에서 보았다. 그는 장은 기본적으로 경제장이나 권력장의 논리에 구속되어 있기 때문에 절대적 자율성이 아닌 ‘상대적 자율성’만을 획득하고 있으며, 특정시기에 특별한 개인이나 집단에 의해 창조되는 것이 아니라 특정한 사회와 문화 환경이라는 조건 하에서 스스로 자율성을 획득함으로써 역사적으로 기원한다고 보았다. 또한 전체 사회장은 각 장의 지배적인 자본의 유형에 따라 경제장, 정치장, 권력장, 문화장 따위로 구분할 수 있지만, 이러한 구분은 확고하게 결정되어 그대로 유지되는 것이 아니라 시대와 장소에 따라 제도화된다.

변청자, 홍익대학교 박사학위논문, 「문화분석 방법론으로서의 부르디외의 문화사회학 연구 -문화장의 변동과 ‘문화기획’을 중심으로-」,

적으로 관계하는 것이다. 이러한 공통적인 취미를 가지고 있는 사람들이 인터넷을 통해서 모이게 되어서 작은 범위부터 다양한 문화 장이 생기게 된다. 각자의 문화 재산을 가지고 문화 장에서 사교를 하고 데이터를 공유한다. 이러한 방식으로 직장인과 똑같이 한정된 문화장에서 활동하고 자아실현 욕구를 만족시킨다. 중국의 웹툰 및 애니메이션 등 문화 콘텐츠는 아직은 일본의 영향을 많이 받고 있지만 중국의 경제적 그리고 문화적인 발전에 따라 중국 자국의 있는 젊은 사람들이 자국의 문화 자부심, 자국의 문화가 대두하는 시기로 볼 수 있다.

ACGN 문화로 볼 때 오타쿠의 전문 언어들이 일본에서 중국으로 들어와서 중국 오타쿠들이 많이 쓰이게 된다. 이제 오타쿠 뿐만 아니라, 서브컬처를 즐기는 일반 대중들도 이러한 유행의 흐름을 따라서 새로운 외래 단어를 배우게 된다. 예를 들어, 폭주(暴走), 붕괴(崩坏), 중이병(中二病) 등은 원래 중국에서 쓰이지 않는 단어들이다. 하지만, 현재는 어색한 느낌이 없고 더 정확하게 자신의 감정을 표현하는 단어로 사용된다. 역사적인 측면으로 볼 때 아시아에서 한국, 중국, 일본 세 나라는 문화적으로 경쟁과 우호의 관계를 이어왔다. 일본과 중국의 문화역사는 서로 통하는 부분들이 많고 일본어는 중국의 당나라 시대부터 중국에 문학 및 예술의 영향을 미쳐 오랫동안 한자를 썼다. 이러한 문화적인 배경에서 일본의 유행어가 중국에 들어올 때, 한자로 쓰고 있는 중국인한테 친근감이 느끼게 된다.

중국에서 만화, 애니메이션에 관심이 있는 팬들은 2018년을 일본의 만화, 애니메이션의 '문예부흥 년'(文艺复兴年)이라고 부른다. 팬들이 인터넷에서 쓰게 된 용어이기 때문에 정확한 날짜와 누가 먼저 쓰이는 것인지 출처를 밝힐 수 없다. 2018년부터 중국의 애니메이션을 관람하는 탄막(弹幕) 사이트에서 팬들이 많이 쓰이게 되다가 2018년 일본의 만화, 애니메이션을 흔히 인정된 하나의 현상으로 많이 사용하게 된다. 여기서 말하는 '문예부흥'

은 14-16세기 이탈리아에서 일어나는 '르네상스'문화 운동을 말하는 것이 아니라 중국어로 직역하면 '문예부흥(文艺复兴)'이라고 한다. 말 그대로 문예부흥이라는 것은 문화 예술을 부흥시키는 뜻으로 이해된다. 일본 만화, 애니메이션의 '문예부흥 년'이라고 불리는 2018년은 옛날의 일본의 70년대에서 90년대에 있는 명작들을 리메이크하거나 같은 세계관에서 연작을 만드는 현상이다. 예를 들어, 1978년의 작품<우주전함 야마토>(宇宙戦艦ヤマト)가 2018년에 다시 리메이크 했다. 1970년의 작품 <내일의 죠>(あしたのジョー)가 2018년에서 다시 작품을 각색했다. 인터넷에서 일본 만화, 애니메이션에 관한 소식을 보도하는 사이트에서도 일본 만화, 애니메이션의 '문예부흥 년'이라고 뉴스보도¹⁶⁾를 쓰고 있고 이러한 과거의 작품을 리메이크, 각색하는 현상이 2019년까지 계속 활발한 추세로 이어왔다. 이 현상에서 오타쿠들은 자신이 좋아하는 콘텐츠에 대한 충성도가 일반 팬들보다 더 높고 콘텐츠의 생명력이 오타쿠 시장을 통해서 오랫동안 살아남을 것으로 보인다. 이러한 내용들은 복고의 정서부터 오타쿠들을 자극하여 사회적 욕구단계에 회귀하는 소속감을 유발시킨다. 뿐만 아니라, 명작들의 홍보를 다시 하게 되어 새로운 오타쿠와 팬덤이 생기게 된다.



그림 3. <우주전함 야마토>
(宇宙戦艦ヤマト) 1978, 2018
리메이크.



그림 4. <MEGALO BOX> (2018) 각색,
오마주 <내일의
죠>(あしたのジョー)(1970)

16) 搜狐, 2018年, 二次元文艺复兴这是个什么梗?, http://www.sohu.com/a/228080976_665459, 2018.04.12.

중국의 '오타쿠' 문화의 형성이 일본의 '오타쿠'의 형성 요소와 다르게 나타나는 이유는, 현재 테크놀로지의 발전에 따라 우리의 생활 방식과 생활 습관이 예전과 많이 달라지고 있기 때문이다. 오타쿠 문화의 탄생을 말하자면 일본의 민족 문화의 발전과 사회 환경의 발전의 결합으로 탄생했고, 중국은 글로벌 시대로 인해 사회 환경과 정부 정책 그리고 가정구조 등의 변화로 오타쿠 문화가 생기게 된 것으로 보인다. 중국의 오타쿠들이 형성하는 요소들 중에 사회 환경의 시점으로 볼 때 정부에서 인구를 통제하기 위해 1978년에 ‘계획출산(计划生育)¹⁷⁾’ 정책을 중국 헌법에서 제정해서 '한 가정에서 한 자녀'만 출산하는 것으로 중국 독생자녀(独生子女)의 정책이 실행되기 시작한다. 외동 자녀들의 문제로 인해 인원수 많은 가족 환경에서 갑자기 자매가 없는 세대로 변화된다. 이제 가족이라는 개념은 부모한테만 적용된다. 부모들은 형제자매가 많은 세대였기 때문에 독생자녀의 심리를 이해 못하여 변화가 빠른 사회 환경에서 관념의 차이가 심각해진다. 따라서 정신적인 지식 및 오락 등의 욕구, 그리고 주변 환경에 대한 감지는 부모한테만 얻을 수 없게 된다. 이전 세대보다 1990년대 이후에 태어난 아이들이 더욱 외로운 세대로 볼 수 있다.

테크놀로지 발전이 빠른 사회의 환경에서 지금의 중국은 음식물 배달 서비스, 마트에서 있는 상품들도 빠른 시간 안에 어플로 배달해줄 수 있는 시대이다. 특히 도시에서 새로운 업종이든 식생활이든 집에서 안 나가도 정상적인 생활 할 수 있는 환경이다. 욕구단계이론으로 기본적인 생리욕구 및 안전에 대한 욕구는 중국의 오타쿠들에게 기본적으로 보장된다. 고속 발전하고 있는 사회에서 변화하는 것이 더 빠르게 변화하고 있으며 사람들이 사회를 적응하기 위해 불안감이 가속화하고 있다. 존경을 받는 욕구와 사회 소속에 대한 욕구를 만족시키지 못하면 자아실현 단계

17) 바이두, 검색어: 中国计划生育,
<https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E8%AE%A1%E5%88%92%E7%94%9F%E8%82%B2/6182682?fr=aladdin> 2018.01.19.

로 가는 길은 멀어진다고 볼 수 있다. 하지만 디지털 정보 사회에서 생산 생활하는 방식은 오프라인에서만 국한되지 않는다. SNS를 통해서 1인 미디어로 자신만의 플랫폼을 만들어 라이브 방송하고 영상 콘텐츠를 제작한다. 자신이 원하는 분야에서 활동하는 모습을 대중들에게 보여주는 식으로 자신의 가치를 실현하는 생산 생활 방식이 많아지고 있다. 대중들도 자신이 원하는 채널을 선택하고 포이 과정에서 제작자가 시청자의 답글을 통해서 소속과 사랑에 받은 욕구(Love and Belonging Needs), 존경 받은 욕구(Esteem Needs), 자아실현 욕구(Self-Actualization Needs)가 만족한다. 동시에 시청자도 똑같이 같은 취향을 가지고 있는 집단으로 사회의 소속에 대한 욕구를 얻었다. 일상생활과 취미생활 그리고 흔히 말하는 직장생활의 결합이다. 이러한 과정은 자아실현 욕구를 달성시키는 케이스가 많아지고 있다. 세계적인 1인 미디어 플랫폼 유튜브(YouTube)를 예를 들자면, 일상·생활 분야에서 수입이 가장 많을 것 같은 유튜버 1위는 '영국남자'가 지지를 38.9%를 받았다. 영국남자는 연간 약 7억원의 수입을 번다고 알려져 있다.¹⁸⁾ 이제 현실생활 중에서 그 결핍된 부분은 인터넷 그리고 영상 등 가상의 이미지, 시뮬레이션으로 정신적인 대리만족시켜 현실 생활과 병행된다. 이에 따라 사회생활에서 받은 스트레스를 해소하기 위해 더욱 자신만의 공간을 창조하고 유지시키게 된다. SNS를 통해서 자기 취향과 맞는 사람들만 만나고 같은 취미를 가지고 있는 사람하고만 교류하는 상황이 심해지고 있다. 일본 학자 아즈마 히로키(东浩纪)가 <동물화하는 포스트모던>에서 '타자 없이 충족하는 사회' 이 장에서 언급한 부분이 있는데:

'미국형 소비사회의 논리는 50년대 이후에도 착실히 확대되어 지금은 전 세계를 완전히 뒤덮고 있다. 매뉴얼화하고 미디어화하여 유통관리가 잘 보급된 현재의 소비사회에서는 소비자의 요구needs

18) 디지털조선일보, 수입 많을 것 같은 먹방 유튜버 1위 '벤쯔' 뷰티는 '썬님', 게임·음악·일상 부분 수입 1위 유튜버는?, http://digitalchosun.dizzo.com/site/data/html_dir/2019/06/03/2019060380148.html, 2019.06.03.

가 가능한 한 타자의 개입 없이 순식간에 기계적으로 충족되도록 날마다 개량이 거듭되고 있다. 지금까지는 사회적인 커뮤니케이션 없이는 얻을 수 없었던 대상, 가령 매일의 식사나 성적인 파트너도 지금은 패스트푸드나 성산업으로 극히 간편하게 일체의 성가신 커뮤니케이션 없이 손에 넣을 수 있다.¹⁹⁾

인간은 기본적인 안전 및 생리적인 욕구는 다른 사람의 개입 없이 만족할 수 있는 것은 지금의 중국에서도 나타나고 있다. 공간에 대한 폐쇄성뿐만 아니라 현재 오타쿠들은 한정된 문화 장(cultural field)²⁰⁾에서만 활동하고 있다. 자신이 관심이 있는 것에만 적극적으로 관계하는 것이고 이러한 과정에서 매슬로 욕구단계 이론의 전체 과정을 걸쳐, 마지막으로 사회 생활하는 인간으로서 욕구를 충족시키게 만들게 된다.

IV. 결론

테크놀로지의 발전에 따라 미래 오타쿠 문화는 더 보편화될 것으로 보인다. VR, AR 그리고 자율주행자동차 등의 신기술들은 앞으로 사람들에게 시공간의 개념을 바꿔줄 것이다. 오타쿠 문화

19) 아즈마 히로키(东浩纪) 지음, 이은미 옮김, 신정우 감수, 『동물화하는 포스트모던』, 문학동네, 2001, p150.

20) 부르디외는 사회공간을 각각의 특수한 논리와 자본을 가지고 있는 자율적인 영역의 구성, 즉 하나의 경쟁의 장이라는 가정 위에서 보았다. 그는 장은 기본적으로 경제장이나 권력장의 논리에 구속되어 있기 때문에 절대적 자율성이 아닌 ‘상대적 자율성’만을 획득하고 있으며, 특정시기에 특별한 개인이나 집단에 의해 창조되는 것이 아니라 특정한 사회와 문화 환경이라는 조건 하에서 스스로 자율성을 획득함으로써 역사적으로 기원한다고 보았다. 또한 전체 사회장은 각 장의 지배적인 자본의 유형에 따라 경제장, 정치장, 권력장, 문화장 따위로 구분할 수 있지만, 이러한 구분은 확고하게 결정되어 그대로 유지되는 것이 아니라 시대와 장소에 따라 제도화된다.

변청자, 홍익대학교 박사학위논문, 「문화분석 방법론으로서의 부르디외 문화사회학 연구 -문화장의 변동과 ‘문화기획’을 중심으로-」, 2008.06.30, p108.

가 계속 발전할 수 있는 환경이 형성되는 것이다. 2017년 중국 정부기관에 속한 ‘인민일보(人民日报)’의 공식사이트가 일본 실사통신사를 조사한 결과를 보도했는데, 2015년까지 일본 20대-30대 남성들의 외출 활동이 인터넷의 보급으로 지속적으로 감소되고 있다.²¹⁾ 이러한 현상은 중국에서도 만찬가지이다. 지금의 중국도 일본과 똑같이 경제 성장기에서 경제만 발전하려고 하면서 많은 문제들이 방치된 상태로 볼 수 있다. 국민의 정신건강보다 경제발전을 첫 순위로 배치한다. 이러한 커다란 사회적 규범의 유효성을 잃고 있는 상태에서 개인 가치의 답은 혼자서 찾아내야 하는 환경이 된다.

중국 1990년대 후에서 만화, 애니메이션 등 문화의 영향을 받은 젊은 사람들이 자신의 인간관계장에서만 활발하는 경향으로 나타나고 자신이 관심이 있는 것에만 집중이 되는 경향이 심각해진다. 이 좁은 문화장에서 자신의 생존 가치를 찾게 된다.

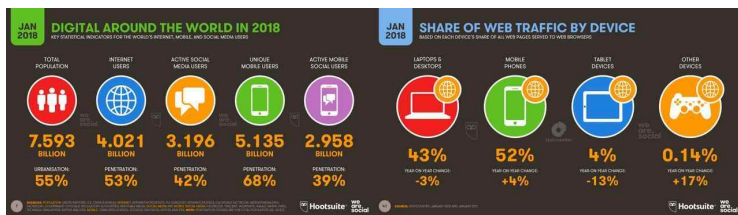


표 2. 2018년 인터넷 데이터 연구 보고²²⁾

<표2>의 데이터로 보면 2018년 전 세계의 네티즌 사용 인구는 40억을 넘었고 이중에 스마트폰 사용율은 52%로 차지한다. 인터넷 시대에서 수많은 사람들의 생활 방식 및 오락 방식은 스마트폰으로 해결할 수 있다. 스마트폰 하나로 자신이 관심이 있는 문화장을 찾을 수 있고 거기서 자신의 사회적인 욕구나 오타쿠처

21) 중국 인민일보 공식사이트 일본채널, <http://japan.people.com.cn/n1/2017/1123/c35421-29664268.html>.

22) SOHO, 数字2018互联网研究报告, http://www.sohu.com/a/220038848_491971, 2018.01.31.

림 자아실현 욕구까지 만족시킨다. 중국 같은 경우 1990년 이후에 태어난 아이들은 해외로 유학하는 아이들이 많아지고, 현재는 글로벌적인 시야를 가진 어른들이 된다. 이전에 중국 국내에서만 교육을 받았던 세대보다 1990년대 해외 유학 경험이 있는 중국 아이들의 세계관이 중국의 환경 속에서만 국한되어 있지 않는다. 개인의 가치에 대한 이해도 다양화 되어 다양한 문화 콘텐츠에 대한 이해력이 강한 세대로 볼 수 있다. 윗세대 사람의 가치관을 따라서 생활하는 것보다 개인의 창작력이 더 중요시하는 시대로 볼 수 있다. 현재의 중국은 편안한 생활환경과 이전의 사회 환경 비해서 상대적인 언어의 자유를 가질 수 있으며 창작 플랫폼도 다양화된 시대이다. 개인의 가치를 찾게 되면 어떠한 일에 집중해서 몰입하여 자신의 생각을 믿고 행동하는 사람들이 많아지고 있다. 이러한 상태에서 중국의 각 분야의 오타쿠들이 자신의 속성을 가지고 한 분야의 전문가로 되어가는 환경이 형성되고 있다. 또한 빅 데이터화 하는 시대에 사는 젊은이 들이 다양한 문화 콘텐츠를 보게 되어 새로운 문화 콘텐츠나 고속도로 발전하고 있는 테크놀로지에 대한 적응력이 좋은 세대이기도 한다. 따라서 만화, 애니메이션 분야에서도 단순히 일본과 미국을 모방하는 의식이 점점 사라지고 있으며 문화적인 자신감을 다시 확립되게 시작한다. 이런 문화적인 자신감이 생기며 문화 각성이 직접적으로 중국의 서브컬처를 영향한다. 동시에 현대사회의 사람은 더 짧은 시간 안에 신기술, 신개념, 신지식을 받아들여야 사회에 적응할 수 있게 된다. 이러한 빠른 변화 속에서 사람의 불안한 심리가 가속화되며 개인 공간에 대한 욕구가 더욱더 중요시된다. 중국의 오타쿠들이 2차 창작 활동에서 글로벌적인 시야를 가지고 있을 뿐만 아니라 중국에만 있는 깊이 있는 전통문화와 융합할 수 있다. 따라서 중국의 오타쿠 문화는 발전할 수 있는 공간이 넓으며 오타쿠 문화에게 객관적인 인식을 가지는 것이 서브컬처 문화 콘텐츠의 다양성을 촉진시킬 수 있다. 새로운 문화 콘텐츠를 더욱 포용하고 이성적인 태도로 받아들이는 것이 빠른 현대사회의 환경 변화에 적응하게 되는 것이다.

참고문헌

- 아즈마 히로키(东浩纪) 지음, 이은미 옮김, 선정우 감수, 『동물화하는 포스트모던』, 문학동네, 2001.
- 클라우드 슈밥 지음, 김민주 이협 옮김, 『클라우드 슈밥의 제4차 산업혁명 더 넥스트』, 메가스터디(주), 2018.
- 석향란, 세종대학교 박사학위논문, 「중국 문화콘텐츠 IP(Intellectual Property)확대 재생산 방안 연구 -ACGN(Animation, Comic, Game and Novel) 콘텐츠 시장을 중심으로-」, 2018.8.
- 변청자, 홍익대학교 박사학위논문, 「문화분석 방법론으로서의 부르디외 문화사회학 연구 -문화장의 변동과 ‘문화기획’을 중심으로-」, 2008.06.30.
- 한국만화영상진흥원, 만화용어: 오타쿠,
http://www.komacn.kr/dmk/manhwatong/word_view.asp?scidx=723, 2017.02.12.
- 중국 인민일보 공식사이트 일본채널, <http://japan.people.com.cn/n1/2017/1123/c35421-29664268.html>. 2017.11.23.
- BAIDU, 中国计划生育,
<https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E8%AE%A1%E5%88%92%E7%94%9F%E8%82%B2/6182682?fr=aladdin>, 2018.01.19.
- SOHO, 数字2018互联网研究报告, http://www.sohu.com/a/220038848_491971, 2018.01.31.
- NAVER, www.naver.com, 검색어: 욕구 단계 이론, 2014.04.
- <내일의 죠>(あしたのジョー, 1970).
- <신세기 에반게리온>(新世紀エヴァンゲリオン, 1995).
- <오타쿠에게 사랑은 어려워>(ヲタクに恋は難しい, 2018).
- <우주전함 야마토>(宇宙戦艦ヤマト 1978, 2008).
- <MEGALO BOX>(2018).

Abstract

Study on characteristics of culture through 'Otaku' – Focusing on Cartoons and Animations in Japan and China –

Liu, Si-Jie · Lee, Jong-han.

In the global era, China recognizes the importance of the influence of foreign culture and is making a lot of effort to make Chinese codes. In the field of cartoons and animation, the Chinese market continues to expand under the influence of Japan and the United States, and the content types are becoming more diverse as the medium changes. Especially young people born in the 1990s were affected. Since the 1980s, TVs have become affordable in Chinese households. therefore, Japanese animation came into China. In the 1990s, after seeing Japanese animations on TV, the Internet became popular so more Japanese animations came into the Chinese market. During this period, the Chinese animation industry was stagnant, and the comics and animation industries were not actively developed. In this situation, China's manga and animation market is occupied by the fresh world view and unique story of Japan rather than the ordinary works of China. Its influence is still maintained, and Chinese manga and anime still can not escape the Japanese outline style and show the shadow of Japan. Among them, 'Otaku' can be seen as a typical consumer feature showing this phenomenon. Especially in the global era, Chinese cartoons and animated otaku act more like Japanese otaku, and even continue otaku culture to their own social life. The otaku

phenomenon of these cartoons and animations is projecting a miniature of the entertainment culture of modern Chinese people. However, the trends of social culture and culture consumption differ between Japanese and Chinese otaku, so the tendency of otaku is different.

This paper examines the cultural and psychological characteristics of otaku in comics and animation works. Especially, by analyzing these characteristics as Maslow's Hierarchy of Needs, we will examine the cultural and psychological characteristics that are different from Japan in Otaku subculture of China. Otaku culture is becoming globalized not only in Japan but also in the development of society and technology, but it develops differently according to cultural characteristics of each country. The Chinese otaku features revealed through this study are expected to have profound effects not only on cartoons and animations but also on cultural contents in China.

Key Word : comic, animation, OTAKU, ACGN, Maslow's Hierarchy of Needs, cultural field.

유사첩
호서대학교 일반대학원 조형융합예술학과 박사과정
충남 아산시 배방읍 호서로 79번길 20
호서대학교 조형과학관 212-1
Tel : 041-540-5846
liusijie@naver.com

이종한(교신저자)
호서대학교 애니메이션학과 교수
(314-99) 충남 아산시 배방읍 호서로 79번길 20
호서대학교 조형과학관 213-1
Tel : 041-540-5842
nowhere@hoseo.edu

논문투고일 : 2019.05.01.
심사종료일 : 2019.06.03.
게재확정일 : 2019.06.15.