

일본문화에서 세계문화로 진화하는 코스프레

—세계 코스프레의 비교분석을 통하여—

김 태 연*

(e-mail : kty0224@naver.com)

< 목 차 >

- | | |
|--------------------|-------------------|
| 1. 서론 | 44. 미국의 코스프레 |
| 2. 코스프레의 기원 및 선행연구 | 45. 호주의 코스프레 |
| 3. 연구방법 | 46. 멕시코의 코스프레 |
| 4. 연구결과 | 47. 영국의 코스프레 |
| 4.1. 일본의 코스프레 | 48. 덴마크의 코스프레 |
| 4.2. 한국의 코스프레 | 49. 더 많은 나라의 코스프레 |
| 4.3. 중국의 코스프레 | 5. 연구결과 비교분석 |
| | 6. 결론 |

키워드 : 팝컬처(Pop-culture)、코스프레(Cosplay)、글로컬라이제이션(Glocalization)
比較研究(Comparative study)、오타쿠文化(Otaku culture)

1. 서론

소수집단문화, 비주류 문화 등의 하위문화(subculture)로 분류되던 많은 문화들이 현대에는 대중의 힘을 얻어 팝컬처(pop-culture)로 불리고 있다. 일본의 젊은 층을 중심으로 소비되는 다양한 대중문화 안에서 소위 “오타쿠”라 불리는 일본의 애니메이션, 게임, 만화 등을 광적으로 좋아하는 사람들 역시 소수집단으로 분류되어 이들의 문화가 서브컬처로 불리어왔다. 보다 많은 대중이 위와 같은 콘텐츠를 소비하게 됨으로써 이들의 문화가 재조명되었고, 하위의 문화가 아닌 하나의 문화로 자리 잡게 되었다. 본고에서는 이러한 팝컬처의 한 종류인 “코스프레”를 조명해보고자 한다.

* 大阪大学、博士後期課程、言語文化研究科、言語文化専攻

코스프레(コスプレ)란 만화나 애니메이션, 게임, 영화 등에 등장하는 캐릭터의 의상을 재현해, 사진을 찍거나 퍼포먼스를 하는 등 다양한 방식으로 즐기는 놀이문화이다. 1차 창작물의 캐릭터를 2차적으로 창작하는 팬활동이며, 캐릭터의 범위는 인물부터 동물, 로봇 등의 사물에 이르기까지 다양하다. 코스프레의 결과물은 사진, 동영상 등 참여자 본인에 의해 그 종류가 결정되며, 근본적인 목표는 보다 정확한 원작의 재현에 있다.¹⁾ 오타쿠라는 소집단 안에서도 보다 하위집단에서 행해지던 코스프레는, 일본 내 코스프레 의상 시장규모가 2015년 기준 435억엔²⁾에 이르는 거대한 팬 문화로 성장했다.

일본에서의 코스프레 성장은 해외로의 전파로도 이어졌다. 인터넷과 SNS의 발전으로 정보의 확장이 쉽게 이루어지는 사회에서 코스프레의 확산 역시 그 속도를 더해가고 있으며 보다 많은 나라에서 코스프레를 수용, 발신하는 모습을 관찰할 수 있게 되었다. 세계 곳곳에서 일본 팝컬처를 주제로 하는 이벤트 및 컨벤션이 개최되어, 그곳에서 코스프레 의상의 완성도를 겨루는 대회가 열리기도 한다. 하나의 국가에서의 성장에 그치지 않고 타국과 교류하며 경쟁하는 다국적 대회의 개최도 다수 발견된다. 작은 소수집단에서 시작되었으나 지금은 세계적으로 확산되고 있는 것이다.

본 연구에서는 여러 국가에서의 코스프레의 특성을 확인하고, 일본에서 시작된 코스프레가 각국에서 어떠한 변화를 하였는지 관찰하고자 한다. 이를 위해 국제 코스프레 대회에 참가한 대표들과의 인터뷰를 2013년과 2017년, 2회에 걸쳐 실행하였고 그 공통점과 차이점을 확인하였다. 세계 코스프레 비교를 통해 코스프레 현상을 파악하고 변화의 방향을 관찰함으로써, 하나의 문화가 된 코스프레에 대한 이해를 도모하고 세계화 안에서 변화하는 코스프레를 확인하고자 한다.

2. 코스프레의 기원 및 선행연구

코스프레(コスプレ)란, 코스튬플레이(costume play, コスチュームプレイ)라는 단어의 약자이자, 영어로 구성된 일본어이다. 의상을 의미하는 costume과 놀이를

1) 김태연(2014) 「海外における日本オタク文化の伝播と受容」、大阪大学言語文化研究科、p.28-30.

2) 矢野経済研究所(2016) 「『オタク』市場に関する調査を実施」、矢野経済研究所、2016年12月7

(最終観覧日:2017年11月29日) <http://www.yano.co.jp/press/press.php/001628>

의미하는 play가 합성된 단어이다. 의상을 입고 놀이하는 것의 총칭이 아닌, 만화, 게임, 영화, 소설 등에 등장하는 캐릭터의 의상을 재현하는 놀이문화를 가리키며, 용어의 등장과 현상의 시작이 각기 다른 기원을 가진다. 코스프레라는 단어의 등장 시에는 코스프레가 아닌 코스튬플레이(Costume play)가 사용되었다. 처음 코스튬플레이라는 단어가 사용된 것은 1983년으로, 『マイアニメ(마이아니메)』라는 잡지의 6월호에 코스프레를 하고 있는 사람들의 모습을 소개하는 기사의 제목으로 “コスチュームプレー大作戦(코스튬 플레이 대작전)”이라는 표현이 사용된 것이 확인되었다. 이를 줄여 현재는 코스프레라고 부르며, 코스프레를 하는 사람을 코스튬플레이어(Costume player, コスチュームプレイヤー)라고 부른다.³⁾

특정 저작물에 등장하는 인물을 재현하는 행위로서 이해되는 코스프레의 기원은 SF이벤트에서 찾는다. 미국 SF이벤트에서는 1960년대에 작품 내 캐릭터를 재현해 입는 의상 대회를 개최하기 시작했으며, SF이벤트가 일본에 전파되며 자연스럽게 의상 대회 역시 함께 들어오게 되었다. SF이벤트에서 캐릭터를 재현하는 것은 코스프레로 불리지는 않았지만 작품의 팬이 캐릭터를 재현한다는 아이디어는 만화 팬에게도 전달되었다. 이에, 일본 최대 동인 이벤트인 코미켓(Comiket)⁴⁾에서 1970년대 후반 코스프레의 모습이 보이기 시작하게 된다.⁵⁾

현재 코스프레는 참여하는 사람의 규모뿐 아니라 국가도 증가하여 코스프레만을 위한 이벤트가 개최되기도 하며, 그 예로 국제 코스프레 대회인 세계 코스프레 서밋(World Cosplay Summit)이 매년 일본 나고야에서 개최되고 있다. 이는 세계 각지에서 대회를 통해 선발된 코스프레 국가 대표들이 7월 말에서 8월 초 일본 나고야에 모여 세계 코스프레 퍼포먼스 대회인 세계 코스프레 챔피언십(World Cosplay Summit Championship)에 참가, 우승자를 정하는 대회이며, 2005년 첫 대회 개최 당시 참가 국가는 5개국이었으나, 2017년에는 참가국이 34개국으로 증가해⁶⁾ 코스프레 인구증가편린을 확인할 수 있다.

코스프레의 성장 및 발전은 코스프레를 바라보는 시각에 변화를 가져왔다.

3) 化濱(2012) 『コスプレでつながる中国と日本、越境するサブカルチャー』、学術出版会、p. 48-53.

4) 일본어로 コミックマーケット. 일본의 만화 동인들에 의해 시작 되어 모든 동인 창작물의 거래가 가능한 이벤트이다. (<http://www.comiket.co.jp/>, 최종검색일 2018.03.27)

5) 신미란(2002) 「한국 코스프레 집단의 문화기술지적 연구」 연세대학교, p.10-13.

6) World Cosplay Summit: <http://www.worldcosplaysummit.jp/> (최종검색일 2018.03.27)

이에 코스프레 현상에 대한 연구 및 이의 활용방안에 대한 연구, 또한 해외 전과 후 각 국가와 일본의 비교연구 등이 이루어지고 있다. 한국과 일본의 코스프레 집단의 특성을 비교해 패션 및 아시아의 공감대 형성에 대한 중요성을 강조한 신미란, 고애란(2006)⁷⁾의 연구, 코스프레의 중국 전파과정 및 중국 내 발전과정을 이벤트의 발전과 함께 다룬 화빙(化濱, 2012)⁸⁾, 프랑스에서의 일본 팝컬처 발신양상전반을 확인하며 코스프레에 대한 비교도 이루어진 타케우치 아이(竹内愛, 2012)⁹⁾의 연구, 브라질과 일본의 코스프레 문화비교 및 코스프레 동기를 연구한 카밀라 텔레스, 료코 유에카(Camila Teles, Ryoko Ueoka, 2012¹⁰⁾, 2013¹¹⁾)등을 들 수 있다. 이외에도 참여자를 중심으로 그 집단을 분석, 성향에 따라 한국 코스프레 집단을 분류한 고애란, 신미란(2005)¹²⁾의 연구, 의상에 대한 분석에 중점을 둔 조현진, 조우현(2006)¹³⁾의 연구, 코스프레와 콘텐츠 관광의 연계를 통한 지역발전 에 대한 장경재(2015)¹⁴⁾의 연구 등 다양한 분야에서 다뤄지고 있다.

선행연구를 통해 코스프레의 특성과 기원을 확인할 수 있으며, 타국과 일본의 코스프레 비교가 이루어지고 있다. 한국, 중국, 브라질 등의 각 국가에 대해 이루어진 일본과의 비교연구를 통해 코스프레의 유사점과 차이점이 확인되어, 각 국가에서 코스프레가 현지 문화의 영향을 받으며 글로컬라이즈(Globalize)하고 있음을 알 수 있다. 그러나 현재까지의 연구는 코스프레보다 타 분야와의 연관성에 주목하거나, 특정 국가에 한정해 비교분석을 하고 있으며, 본 현상을 종합하여 거시적인 시점에서 세계적인 움직임을 관찰하는 연구는 확인하기 힘

7) 신미란, 고애란(2006) 「한국 코스프레 집단의 문화기술지적 연구,2 :한국과 일본의 코스프레 문화에 대한 비교 분석」 『복식문화연구』, 복식문화학회, p.1-15.

8) 앞의 논문, 化濱(2012)

9) 竹内愛·中村伊知哉(2012) 「ファン消費行動から見る日本アニメの海外発信について：日本とフランスのコスプレ文化を中心に」、慶応義塾大学メディアデザイン研究科

10) Camila Teles, Ryoko Ueoka(2012)“Motivation to Cosplay” 『아시아디지털아트앤디자인학회 학술대회 자료집』, 아시아디지털아트앤디자인학회, p.393-395.

11) Camila Teles, Ryoko Ueoka(2013)“Cross-cultural Cosplay” 『한국디자인학회 학술발표대회논문집』, 한국디자인학회, p.346-347.

12) 고애란, 신미란(2005) 「한국 코스프레 집단의 문화기술지적 연구 1 : 한국의 코스프레 집단의 분석」 『복식문화연구』, 복식문화학회, p.919-933.

13) 조현진, 조우현(2006) 「코스프레 코스튬의 특성」 『한국의상디자인학회지』 8(2), 한국의상디자인학회, p.109-123.

14) 장경재(2015) 「콘텐츠 관광에서 코스프레의 의의와 지역발전에서의 역할」 『문화콘텐츠연구』 6, p.7-46.

들다. 그러나 코스프레는 국가를 넘어 전파되는 하나의 문화로 자리 잡고 있으며, 이에 세계적인 현상으로서 조명할 필요가 있다. 이에 본고에서는 다양한 국가에서의 코스프레 양상을 비교하여 코스프레의 발전방향과 변화의 전체적인 모습을 분석하고자 한다.

3. 연구방법

2004년을 시작으로 매년 일본 나고야에서는 세계 코스프레 서밋(World Cosplay Summit, 世界コスプレサミット)이라는 코스프레 이벤트가 개최되며, 그 기간 중 코스프레 퍼포먼스 대회인 세계 코스프레 챔피언십(World Cosplay Summit Championship)이 열린다. 이 이벤트에서는 세계 각지의 코스프레 대표가 모여 의상과 퍼포먼스를 심사 받은 후 세계 챔피언을 선정하고 있다. 대표자격은 각국에서 이루어지는 코스프레 대표 선발전에 참가해 우승함으로써 얻을 수 있으며, 한 국가 당 2명의 대표가 책임자와 함께 일본을 방문한다.

책임자는 일본에서 대표들의 보조 및 관리를 하며, 그 다수가 예선이 개최되는 국가의 이벤트 개최자로 오거나이저(Organizer)라고 불린다. 대표 코스프레의 의상심사는 일본을 방문한 이들, 오거나이저들에 의해 대회전에 진행되며, 무대심사는 챔피언십 당일 초청심사위원회에 의해 이루어진다. 참가국 전원에게 동일하고 엄격한 심사기준이 적용되며, 의상과 무대심사의 합산을 통해 우승자를 선정한다. 의상은 반드시 직접 만들어야 한다는 규칙을 포함해, 퍼포먼스, 소품, 무대음악제작 등 많은 분야의 능력을 요하기 때문에 코스프레 경력이 쌓인 사람들이 대표로 뽑히는 경우가 많다.¹⁵⁾

각 참가국의 코스프레 문화를 확인 및 비교하기 위해서는 사회문화적 상황과 개인경험 등의 정보가 중요하며 이는 양적 지표보다 질적 연구 방법이 적절하다고 판단, 각국대표들과 심층인터뷰를 진행하였다. 인터뷰 대상자는 국가를 대표하는 코스플레이어로서 자국 코스프레 문화에 대한 이해도가 충분하다고 판단되었으며, 각 대표의 코스프레 경력 역시 인터뷰 초반에 확인하였다.

15) World Cosplay Summit 심사기준:

http://www.worldcosplaysummit.jp/en/about/craftsmanship_judging_regulations.html

(최종검색일 2018.03.27)

2013년, 심층 인터뷰가 30분에서 50분에 걸쳐 구두로 이루어졌으며, 국가 간의 코스프레 문화 차이를 확인할 수 있었다. 국가 간의 차이뿐 아니라 시간에 따른 각국의 변화를 확인하기 위해 4년의 시간차이를 둔 후 2017년, 인터뷰가 재 실시 되었으며, 2013년의 인터뷰 내용을 근거로 한 자유기입 설문지가 준비되어 조사자의 동석 하에 인터뷰가 진행되었다. 두 해 모두 인터뷰는 한국어, 영어, 일어로 이루어졌으며, 통역이 없는 나라나 인터뷰를 거부한 나라의 경우 제외되었다. 이하에서는 두 해 모두 인터뷰가 가능했던 나라 중 7개국을 선정해 각국의 코스프레 상황을 분석하였다.

인터뷰 질문은 크게 개인의 코스프레 경험, 자국의 코스프레 사정, 일본문화에 대한 인식에 대한 것으로 나뉘어있다. 코스프레 환경, 시설, 이벤트 등, 객관적인 사실에 대한 질문부터 주관적인 경험에 이르기까지 확인하였으며, 필요에 의한 경우 추가 인터뷰가 진행되었다. 국가별 코스프레의 특징을 비교하기 위해 설문 내용에서 이하의 파라미터를 선정, 2013년과 2017년의 상황을 나열한다.

※기준 파라미터

- *코스프레/코스플레이어를 지칭하는 용어: 일본어, 영어단어, 자국어 등 코스프레를 표현하는 단어
- *코스프레에 대한 인식: 잘 알려짐/괜 사이에서 일반적임/잘 알려져 있지 않음 중 선택
- *온라인 코스프레 활동 공간: 코스프레 전용 사이트, SNS등
- *코스프레 활동형태: 사진촬영, 영상촬영, 이벤트참가, 대회참가, 퍼포먼스 등
- *오프라인에서 코스프레를 하는 장소: 이벤트, 공원, 스튜디오, 개인 공간 등
- *코스프레 대상이 되는 캐릭터의 다양성: 일본 작품¹⁶⁾, 일본 외 작품, 작품의 장르 등
- *타국과 구별되는 특징

16) 본고에서 표기된 “일본작품”이란 일본 만화, 게임, 애니 등의 일본에서 생산된 창작물을 의미하며, 국가의 표기가 없거나 해외의 의미는 일본을 제외한 다른 국가의 창작물을 의미한다. 인터뷰 참가자에 의해 특정 국가에 대한 언급이 있는 경우 국가 명을 표기한다.

4. 연구결과

4.1. 일본의 코스프레

비교의 기준점으로 발상지인 일본을 설정하였다. 각 파라미터에 대한 일본의 코스프레 상황은 이하의 표에서 확인할 수 있다.

〈표1〉 일본의 코스프레

코스프레/코스플레이어를 지칭하는 용어	일본어 표기 중 가타카나를 사용하며, 코스프레는 コスプレ, 코스플레이어는 コスプレイヤー 혹은 줄여서 レイヤ로 부른다
코스프레에 대한 인식	일반적으로 잘 알려져 있다.
온라인 활동 공간	코스플레이어즈 아카이브(Cosplayers Archive) ¹⁷⁾ , 큐어 월드 코스프레(Cure World Cosplay) ¹⁸⁾ 등이 존재하지만 가장 활발히 사용하는 것은 트위터(Twitter)이다.
코스프레 활동형태	사진 촬영, 이벤트 참가
코스프레 활동장소	로케이션 촬영, 코스프레 스튜디오, 이벤트
코스프레 대상이 되는 캐릭터의 다양성	일본작품의 코스프레가 압도적으로 많다. 하지만, 중국, 미국의 게임이나 디즈니 등의 코스프레도 어렵지 않게 발견된다. ¹⁹⁾
타국과 구별되는 특징	오프라인 모임에서 서로의 SNS정보를 교환하기 위해 코스프레 전용 명함을 이용한다.

4.2. 한국의 코스프레

〈표2〉 한국의 코스프레 비교

	2013 (여성, 남성)	2017 (여성, 여성)
용어	코스프레, 코스플레이어(코스어)	코스프레, 코스플레이어(코스어)
인지도	일반적으로 알려져 있음	일반적으로 알려져 있음
온라인 활동 공간	한국 코스프레 커뮤니티, Twitter, Facebook을 이용	한국 코스프레 커뮤니티, Twitter, Facebook, Cure World Cosplay, 개인 블로그 등 이용

17) コスプレイヤーズアーカイブ: <http://www.cosp.jp/> (최종검색일 2018.03.27)

18) Cure WorldCosplay: <https://worldcosplay.net/> (최종검색일 2018.03.27)

19) Cosplayers Archive내 인기작품 순위(http://www.cosp.jp/photo_search.aspx, 최종검색일 2018.03.27)

활동 형태	사진 촬영, 퍼포먼스, 이벤트	사진촬영, 퍼포먼스, 이벤트, 영상촬영 등
활동 장소	로케이션, 스튜디오, 이벤트	로케이션, 스튜디오, 이벤트
다양성	일본작품, 웹툰, 해외 게임, 영화 등	일본작품, 웹툰, 해외 게임, 영화 등
특징	코스프레 퍼포먼스를 목적으로 하는 코스프레 팀이 있다.	상업적으로 코스프레를 이용한 홍보가 이루어지며 코스어와 기업이 함께 일하는 경우가 있다.

한국의 코스프레는 일본과 비교적 유사하다. 사진 촬영과 이벤트 참여가 중심이 되며, 온라인 커뮤니티에서의 활동이 활발하다. 코스프레라는 단어는 일본어의 발음을 그대로 한국어로 옮겨 사용하고 있으나, 일본 작품에 국한하지 않고 다양한 국가의 캐릭터를 재현하는 것을 코스프레로 총칭하고 있다. 2013년에는 퍼포먼스를 목적으로 여러 사람이 모여 이루어진 코스프레 팀이 특징적이었으며, 2017년 인터뷰에서는 홍보를 위해 회사차원에서 코스프레 모델을 활용하는 경우가 확인되어 코스프레 마켓이 확장되고 있음을 알 수 있다.

4.3. 중국의 코스프레

〈표3〉 중국의 코스프레 비교

	2013 (여성, 여성)	2017(중국: 여성, 남성/ 홍콩: 여성, 남성)
용어	Cosplay, Cosplayer(Coser)	Cosplay, Cosplayer(Coser)
인지도	일반적으로 알려져 있음	일반적으로 알려져 있음
온라인 활동 공간	웨이보, 블로그, Cure, Facebook, World Cosplay ²⁰⁾	Sina ²¹⁾
활동 형태	사진 촬영, 퍼포먼스, 이벤트, 상품판매 등	사진촬영, 퍼포먼스, 이벤트, 영상촬영 등
활동 장소	로케이션, 이벤트	로케이션, 이벤트
다양성	일본작품, 중국작품 등	일본작품, 중국작품, 해외게임 등
특징	50명 이상의 대규모 팀이 다수 존재하며, 코스프레 상업시장이 활발하다.	홍콩 코스플레이어간 코스프레 명함교환을 한다.

20) Cure와 World Cosplay는 2013년 당시 두 개의 다른 홈페이지였으나 이후 하나로 합병.

21) 중국 SNS 시나 웨이보를 지칭(<https://www.weibo.com/>, 최종검색일 2018.03.27)

중국에서 코스프레의 표기는 한자가 아닌 알파벳을 사용한 Cosplay이다. 해외 코스프레 사이트보다는 웨이보를 적극적으로 활용하는 추세를 보였으나, 2017년 홍콩 대표의 경우 페이스북(Facebook)이나 유튜브(Youtube)등, 보다 다양한 서비스를 이용한다고 답했다. 50인 이상의 대규모 팀이 역할을 분담해 코스프레 활동을 하는 경우가 많으며, 유명한 코스플레이어는 연예인과 같은 활동을 하는 경우도 있다. 코스프레 의상을 전문적으로 생산하는 가게도 다수 존재해 의상의 구매가 비교적 간단한 편이다. 코스프레의 규모와 시장이 커 독립된 분야로 존재하는 것이 특징적이며 개성이 뚜렷하다. 일본의 코스프레 문화가 전파된 모습도 일부 관찰되며, 홍콩에서 코스프레 명함을 서로 교환하는 것이 대표적이다.

●2013년 중국 대표 인터뷰 중 (남성, 25세)

질문: 여러분의 나라에서는 코스플레이어가 개인활동을 합니까? 아니면 팀으로 활동합니까? 팀으로 활동하는 경우, 어떤 활동을 주로 합니까?

A: 개인으로도 팀으로도 활동한다. 개인의 경우에는 사진을 찍는 것이 메인이며, 개인을 대상으로 개최하는 코스프레 대회도 있다. 팀의 경우에는 사진은 물론, 많은 무대나 대회에 참가하기 위해 모인다. 50명 이상의 팀은 해외에서는 흔치 않다고 들었지만 중국에서는 흔히 있는 점이 특징이다. 물론 팀이라고 해도 장기간 유지되는 팀이 있는가 하면 일시적으로 모이는 팀도 있다. 멤버가 바뀌지 않는 팀은 대회의 테마나 캐릭터를 다같이 이야기해서 참가한다. 또, 한 사람이 테마를 정해서 코스어를 모아 일시적으로 팀을 만드는 경우도 있다. 22)

4.4. 미국의 코스프레

<표4> 미국의 코스프레 비교

	2013 (여성, 여성)	2017 (여성, 여성)
용어	Cosplay, Cosplayer (역사, 영화의 코스프레를 하는 사람은 Costumer라고 지칭)	Cosplay, Cosplayer
인지도	일반적으로 알려져 있음	일반적으로 알려져 있음

22) 앞의 논문, 김태연(2014), p.39.

온라인 활동 공간	Cosplay.com, American Cosplay Paradise ²³⁾ , Facebook	Facebook, Instagram, Twitter
활동 형태	사진 촬영, 이벤트 등	사진촬영, 이벤트, 대회참여 등
활동 장소	로케이션, 이벤트	로케이션, 이벤트
다양성	일본작품, 미국 코믹스(이벤트의 특성에 따라 일본과 미국 중 한 가지 성향을 강하게 띈다)	일본작품, 미국 슈퍼히어로 등
특징	경쟁심이 강한 코스플레이어가 많아 의상의 디테일을 꼼꼼히 확인하며 만든다.	취미의 수준에서 즐기는 코스플 레이어가 많으며 규칙도 엄격하 지 않은 편이다. 창작자 지원 기 업을 통해 프로 코스플레이어가 되려는 사람이 증가하고 있다.

미국 코스프레에서는 만화, 애니메이션과 영화, 역사관련 코스프레를 하는 사람을 구분해 코스플레이어(cosplayer)와 코스튬머(costumer)로 부르는 것이 인상적이다. 그러나 2017년 대표의 경우 코스튬머(costumer)사용여부를 알지 못한다고 대답한 것으로 보아 더 이상 일반적이지 않은 용어일 가능성이 크다. 코스프레 사진 발신을 위해 새로운 SNS를 적극 이용하는 것으로 보이며, 슈퍼히어로에 대한 코스프레가 지속적으로 언급된 것을 통해 자국 캐릭터의 코스프레가 적극적으로 행해지고 있음을 알 수 있다. 2013년과 2017년의 미국 코스프레 특징에 대한 언급이 헤비 유저(heavy user)²⁴⁾와 라이트 유저(light user)²⁵⁾로 상반되는 점을 보아 시간 경과와 함께 라이트 유저의 수가 증가하고 참가환경이 개선된 것으로 이해할 수 있다.

4.5. 호주의 코스프레

〈표5〉 호주의 코스프레 비교

	2013 (여성, 여성)	2017 (여성, 여성)
용어	Cosplay, Cosplayer(Coser)	Cosplay, Cosplayer
인지도	팝컬처 팬 사이에서는 일반적	팝컬처 팬 사이에서는 일반적

23) Cosplay Paradise: <https://www.acparadise.com/> (최종검색일 2018.03.27)

24) 본문에서 헤비 유저는 코스프레를 위해 세세한 부분까지 신경 쓰며 비용과 시간을 들여 꼼꼼히 만드는 이들을 지칭한다.

25) 본문에서 라이트 유저는 코스프레 행위 자체를 가벼운 마음으로 즐기며, 의상의 세세한 부분이나 제작에 집중하기보다 간단한 놀이로서 즐기는 이들을 지칭한다.

온라인 활동 공간	Facebook, Deviant Art ²⁶⁾ , World Cosplay	Facebook, Instagram, Twitter
활동 형태	사진 촬영, 퍼포먼스, 이벤트 등	사진 촬영, 퍼포먼스, 이벤트 등
활동 장소	로케이션, 이벤트	로케이션, 이벤트
다양성	일본작품, 영화, 미국 코믹스, 소설 등	일본작품, 영화, 드라마 등
특징	코스프레가 일반적으로 알려져 있지 않으나 배척하기보다는 호기심 어린 시선으로 보는 편. 느긋한 취미로 생각한다.	코스프레의 장소에 큰 제약이 없어 원하는 곳에서 코스프레를 하는 분위기. 연령대가 한정적이지 않고 매우 다양하다.

호주는 영어사용 국가에서는 드물게 코스어(Coser)라는 용어를 사용하며 아시아권으로부터 유입된 것이라는 의견이 언급되었다. 코스프레 자체는 아직 대중적이지는 않으나, 사회적으로 코스프레에 대해 부정적이지 않고 자유로운 분위기를 가지고 있다. 2013년과 2017년 사이에 코스프레의 보급이 많이 이루어진 것으로는 보이지 않으나, 코스프레를 대하는 느긋한 분위기는 유지되고 있음이 확인되었다. 또한, 코스프레 작품 선정에 있어서도 매우 다양한 분야에서 이루어지고 있는 것 역시 확인할 수 있다.

4.6. 멕시코의 코스프레

〈표6〉 멕시코의 코스프레 비교

	2013 (여성, 여성)	2017 (여성, 남성)
용어	Cosplay, Cosplayer	Cosplay, Cosplayer
인지도	많이 알려지지 않음	팝컬처 팬 사이에서는 일반적
온라인 활동 공간	Facebook	Facebook, Instagram, Twitter
활동 형태	사진 촬영, 이벤트 등	사진촬영, 이벤트 등
활동 장소	이벤트	이벤트
다양성	일본작품, K-pop 등	일본작품, 영화, 게임 등
특징	코스프레는 이벤트 입장료 무료 혜택이 있기도 하다	매우 경쟁적이다.

멕시코는 코스프레 커뮤니티의 성장이 관찰되었다. 코스프레 자체에 대한 인식이 일반적인 범위까지 넓어지지지는 않았으나, 코스프레 인구의 증가를 다음의

26) Deviant Art: <https://www.deviantart.com/> (최종검색일 2018.03.27)

사실로부터 간접적으로 확인할 수 있다. 코스프레를 장려하는 의미에서 이벤트에서 코스플레이어는 입장료 무료 혜택을 받는 것에 대해 2017년에는 언급이 없었으며, 이벤트에서 코스프레를 하기 위해서는 입장 티켓을 사야 함을 언급하였다. 또한, 코스프레 커뮤니티가 작아 코스프레 유명인의 개념이 없던 2013년에 비해 2017년에는 유명 코스플레이어를 명확히 언급하고 있다. 코스플레이어의 성향이 매우 경쟁적으로 변화한 점에서도 코스플레이어의 수와 코스프레에 대한 관심 증가에 따른 것임을 추정할 수 있다.

4.7. 영국의 코스프레

〈표7〉 영국의 코스프레 비교

	2013 (여성, 여성)	2017 (여성, 여성)
용어	Cosplay, Cosplayer	Cosplay, Cosplayer
인지도	많이 알려지지 않음	일반적으로 알려져 있음
온라인 활동 공간	Cosplay island ²⁷⁾ , Facebook	Facebook, Instagram, Twitter, Cosplay island
활동 형태	사진 촬영, 이벤트, 대회 등	사진촬영, 영상 촬영, 이벤트, 퍼 포먼스(일부) 등
활동 장소	이벤트	이벤트
다양성	일본작품, SF, 미국 코믹스 등	일본작품, SF, 영화, 게임, 드라 마, 미국 코믹스 등
특징	소박하게 즐기는 것을 중요시해 사진게시 등의 과시적인 표현에 부정적이다.	사진 보정 프로그램 활용을 적 극적으로 하는 추세이다.

영국은 코스프레에 대한 인식이 상승했을 뿐 아니라 자국의 코스프레 커뮤니티인 코스프레 아일랜드(Cosplay island)의 유지와 SNS 활용이 동시에 이루어지고 있다. 일본에 국한되지 않고 다양한 작품의 코스프레를 하고 있으며, 2013년에 비해 2017년에는 코스플레이어가 생산하는 콘텐츠가 보다 증가하였음을 알 수 있다. 이는 코스프레를 소박하게 즐기는 것을 중시하던 분위기가 보다 적극적으로 표현하고 콘텐츠를 생산하는 분위기로 변화한 것임을 추론할 수 있으며, 유럽의 많은 국가가 부정적으로 생각하는 사진 보정 프로그램 이용의 빈도가 증가한 것 역시 같은 경향에서 나온 것으로 볼 수 있다.

27) 영국 코스프레 커뮤니티(<https://www.cosplayisland.co.uk/>, 최종검색일 2018.03.27)

4.8. 덴마크의 코스프레

〈표8〉 덴마크의 코스프레 비교

	2013 (여성, 여성)	2017 (여성, 여성)
용어	Cosplay, Cosplayer	Cosplay, Cosplayer
인지도	많이 알려지지 않음	일반적으로 알려져 있음/ 팬 사이에서 일반적
온라인 활동 공간	Cosplay island, Cosplay.com	Facebook, Instagram
활동 형태	사진 촬영, 퍼포먼스, 영상촬영 등	사진촬영, 영상 촬영, 이벤트, 퍼 포먼스 등
활동 장소	로케이션, 이벤트	로케이션, 이벤트
다양성	일본작품, 디즈니, TV쇼(드라마)	일본작품, 드라마, 영화, 미국 코 믹스 등
특징	행사장에 코스플레이어를 위한 샤워시설이 있다. 코스프레를 한 채 거리를 돌아다니는 Walks라 는 현상이 생기고 있다	코스프레의 모습으로 거리를 거 니는(walks) 사람들이 있다. 의 상을 구매해 코스프레를 하는 것에 관대하다.

덴마크는 코스프레에 대한 인식이 2013년에 비해 2017년에 상승한 것이 확인되었다. 더불어 코스프레 사진 공유의 수단이 전용 커뮤니티에서 일반 SNS로 변화하였다. 코스프레의 모습으로 거리를 거니는 현상인 “워크스(Walks)”가 점점 생기고 있다는 2013년의 언급에 비해 2017년에는 코스프레를 한 채로 쇼핑을 하거나 공원을 돌아다니는 구체적인 언급이 있는 것에 비추어 워크스(Walks)가 일시적인 현상이 아닌 지속적으로 성장 중인 현상임을 알 수 있다. 코스플레이어가 이용할 수 있는 샤워시설이 이벤트 행사장에 준비되어 있는 점이 매우 특징적이나, 이는 덴마크의 팝컬처 이벤트가 주로 스포츠 스타디움에서 열리기 때문에 이용 가능한 샤워시설이 있는 것으로, 귀가 시에 반드시 의상을 탈의하기 위한 시설은 아니다.

4.9. 더 많은 나라의 코스프레

2013년 인터뷰가 불가능했던 국가 및 2017년까지 새로 세계 코스프레 서밋에 참가한 국가의 대표 중 인터뷰가 가능하고, 특징적인 2개 국가의 코스프레 상황을 추가로 이하에서 확인하였다.

4.9.1 인도네시아의 코스프레

인도네시아는 코스프레를 Cosplay로 지칭하며, 아직 일반적으로 많이 알려진 것은 아니다. 다양한 코스프레 관련 이벤트가 현지에서 개최되고 있으며²⁸⁾, 퍼포먼스를 위해 이벤트에 참가하는 코스플레이어가 많다. 코스플레이어의 편의를 위해 탈의실과 소지품을 보관할 장소를 이벤트에서 충실히 준비하는 편이며, 행사장 내 코스프레 활동을 장려하고 있어 입장료가 있는 이벤트에서 코스플레이어는 무료입장이 가능한 경우가 있다. 이는 2013년 멕시코 대표 인터뷰에서 동일하게 관찰된 내용으로, 이벤트에서 원하는 코스플레이어의 수가 아직 충족되어있지 않다고 해석할 수 있다. 온라인 활동은 페이스북(Facebook)을 주로 이용하며, 코스프레 장르는 일본작품뿐 아니라 해외의 게임, 유튜브(YouTube) 애니메이션, 인도네시아 만화 등 다양하다. 인도네시아는 코스프레 재료가 매우 저렴해 의상 제작에 대한 경제적 부담이 덜하며, 이벤트에서 개최되는 다양한 코스프레 콘테스트를 통해 코스프레의 발전이 빠르게 이루어지고 있다. 2012년 세계 코스프레 서밋에 처음 참가한 인도네시아이나 2017년에는 같은 이벤트에서 우승을 하였다.

4.9.2 미얀마의 코스프레

미얀마에서 코스프레는 Cosplay로 불리고 있으며, 팬 사이에서 일반적으로 알려진 행위이다. 코스프레 활동은 사진 촬영과 영상 촬영 등이 이벤트 행사장, 스튜디오 등에서 이루어지고 있다. 대표적인 이벤트로 “엠엠오타쿠(MMOTAKU)²⁹⁾”가 있으며, 코스프레 활동에 대한 공유는 페이스북과 큐어월드 코스프레(Cure World Cosplay)를 이용한다. 코스프레 장르에 제한은 없으며, 일본작품뿐 아니라 디즈니, 미국 코믹스 등 다양하다. 코스프레 의상의 완성도에 크게 중점을 두지 않는 사람이 많은데, 이에 대한 이유로 두 대표는 코스프레의 역사가 짧은 것과 코스프레를 위한 재료가 적은 것을 언급하였다.

코스프레의 시작 시기에 대해 두 대표 모두 2011년과 2012년의 유사한 시기를 언급한 사실과 전체적으로 코스프레 관련 콘텐츠가 많이 언급되지 않은 점에서 미얀마에서 코스프레가 아직 시작시기에 있다는 것을 알 수 있으며, 이에

28) 본 인터뷰에서는 CLAS:h, Indonesia Cosplay Grand Prix, Anime Festival Asia ID, Indonesia Comic Con, Ennichisai의 5개 이벤트가 언급되었다.

29) <https://www.facebook.com/mmotakucosplay/> (최종검색일 2018.03.27)

대한 정확한 정보를 위해 미얀마의 일본 팝컬처 이벤트 MMOTAKU의 오거 나이저와 추가 인터뷰를 설문형식으로 진행하였다.

인터뷰 내용에 따르면, 미얀마에서 첫 일본 행사와 관련된 이벤트 일본제품 전시회(Japan Product Expo)가 2012년 3월에 처음 개최되었으며³⁰⁾ 이때에 해외에서 코스플라이어 게스트를 초청하게 된다. 이를 본 팝컬처의 팬들이 온라인에서 그룹을 만들어 코스프레에 대한 이야기를 시작하게 되었고, 이들이 코스프레를 할 수 있는 공간을 찾고 있었기에 팬들의 요청에 따라 미얀마 첫 코스프레 이벤트를 2012년 12월 21일 개최하게 된다. 이가 현재의 엠엠오타쿠(MMOTAKU)이벤트로, 연 2회 개최하는 이벤트이며, 방문객은 2012년 약500명에서 2017년 약1500명으로 상승하였다. 이러한 과정을 통해 2012년 미얀마인에 의한 코스프레가 시작되었음이 확인되었다.

타국에 비해 코스프레의 역사가 매우 짧음에도 불구하고, 미얀마의 코스프레 형태는 타국과 큰 차이를 보이고 있지 않다. 대표 인터뷰에서 해외에 관심 있게 지켜보는 코스플라이어의 있다는 언급을 통해 온라인 네트워크를 이용한 정보획득이 팬 커뮤니티 내 유사한 코스프레 환경을 빠르게 만드는 것에 영향을 미쳤다고 볼 수 있을 것이다. 더불어 이벤트와 코스프레의 시작기인만큼 다양성이 적고 확실한 개성이 발견되지 않았으나, 미얀마 코스프레의 이후 발전 과정을 통해 개성의 발현과정을 확인할 수 있을 것으로 기대된다.

5. 연구결과 비교분석

다양한 국가에서 변화하는 코스프레 사정을 관찰하기 위해 한국, 중국, 미국, 호주, 멕시코, 영국, 덴마크에서의 2013년과 2017년 인터뷰 내용을 비교한 결과, 코스프레가 놀이문화로서 그 입지를 넓혀가고 있는 것이 공통적으로 관찰되었다. 이미 2013년의 시점에 코스프레가 일반적으로 알려져 있던 한국, 중국, 미국의 경우 큰 차이가 관찰되지 않았으나, 멕시코와 영국, 덴마크에서는 그 인지도가 상승한 것에 대해 긍정적인 답변을 확인할 수 있었다. 더불어 의상을 입는 것이나 사진을 찍는 것에서 그치는 것이 아닌, 영상촬영이나 상업적인 활

30) <http://mpsexhibitions.com/past-events/japan-product-expo-2012/> (최종검색일 2018.03.27)

동 등 콘텐츠 다양화의 경향도 확인되었다.

한국의 경우 상업적으로 코스프레를 활용하게 되었으며, 미국 역시 창작자로서 지원 프로그램을 통해 프로 코스플레이어가 되려는 움직임이 있다. 2013년 소박한 활동을 권장하던 영국이 2017년에는 사진 보정 프로그램을 활용하는 등 콘텐츠 제작에 이전보다 적극적인 것 역시 확인되었다.

사진의 공유 등 온라인에서의 코스프레 활동은 전체적으로, 코스프레 전용 웹사이트의 이용률이 줄고 SNS의 이용률이 상승했으며, 2013년 언급되지 않았던 인스타그램(Instagram)이 2017년 언급된 것을 통해 새로운 SNS사용에 긍정적이라는 것을 추론할 수 있다. 단, 중국의 경우 다른 매체에 대한 언급이 사라지고 중국 매체에 대한 언급만이 있었으며 이는 중국에서 해외 사이트 사용에 제한이 있는 것에 의한 영향임을 유추할 수 있다. 종합적인 시선에서 세계적으로 코스프레는, 그 속도는 다르지만, 확장되고 있음이 관찰되었다.

단어 코스프레(Cosplay)에서 확인할 수 있듯이 상기의 모든 국가들이 일본어 발음을 그대로 유지하며, 영어, 혹은 자국어로 변경해 사용하고 있다. 그러나 코스프레를 하는 대상은 일본의 작품에 한정하지 않으며, 디즈니, 슈퍼 히어로, 자국만화와 같은 일본 외의 국가의 캐릭터를 재현하는 것 역시 포함한다. 더불어, 만화, 애니메이션과 같은 2차원의 인물뿐 아니라 드라마, 영화 등의 실존 인물이 연기하는 캐릭터 코스프레도 같은 범위에 포함되어 있다. 즉, 코스프레 행위의 대상이 되는 것은 일본이라는 국가적 제약이나 장르의 제한이 없음을 알 수 있다. 더불어 각 국가는 일본의 코스프레 문화와 차이를 보이는 자국의 개성적인 코스프레 문화를 가지고 있어 세계적으로 다양화하는 방향으로 발전하고 있다.

코스프레 인구의 증가는 라이트 유저(light user)와 헤비 유저(heavy user)의 유입이 번갈아 가며 이루어지는 것이 일반적이며, 라이트 유저는 이벤트 참여, 방문객의 팬 활동에서, 헤비 유저는 코스프레 대회 참가를 통해서 증가하고 있다. 헤비 유저의 증가와 코스프레의 발전을 보여주는 대표적인 예시가 멕시코와 인도네시아이다. 멕시코는 2013년에 비해 2017년 경쟁심이 강한 코스플레이어가 증가했다는 언급을 했으며, 2007년 처음 세계 코스프레 서밋(World Cosplay Summit)에 참가한 멕시코가 2015년에는 우승을 할 만큼 헤비 유저의 발전이 이루어졌다. 인도네시아 역시 코스프레가 잘 알려지지 않은 국가임에도 불구하고 다수의 이벤트와 대회가 있으며, 2012년 세계 코스프레 서밋 첫 참가

에서 2016년 우승까지 걸린 시간이 4년에 불과하였다.

이러한 각국의 빠른 코스프레 발전은 현대의 온라인을 통한 손쉬운 정보교환에 의한 것으로 추론할 수 있다. 코스플레이어는 작품표현공간으로 온라인 커뮤니티와 SNS 활용에 적극적이다. 더불어 코스프레는 사진을 중심으로 전파되어 언어와 무관하게 타국의 코스프레 양상을 확인할 수 있으며, 온라인에 강좌나 팁을 공유하는 현대의 분위기는 정보의 확장을 더욱 촉진한다. 이는 미얀마의 코스프레 역사가 여느 나라보다도 짧음에도 불구하고 이벤트의 모습과 코스프레 표현 방식 등이 타국과 유사한 것 또한 설명한다. 2017년 미얀마 대표의 언급에서 해외 코스플레이어를 온라인에서 지속적으로 확인한다는 것 역시 근거를 더한다. 온라인을 통한 빠르고 무국적적인 정보의 전달을 통해 거시적인 시각에서 보는 코스프레의 발전은 신속하고 유사하게 진행되고 있다.

그러나 동시에 각 국가들은 타국과 구분되는 각기 다른 코스프레 문화를 가지고 있다. 코스프레를 통해 생성하는 콘텐츠의 유사성과는 별개로 커뮤니티와 환경에 따라 각 지역의 개성을 보인다. 대표적인 예로 길거리에서 코스프레를 하는 문화인 덴마크의 워크스(Walks)는, 거리에서 코스프레를 하는 것을 터부시하는 일본에서는 관찰하기 힘든 독특한 문화이다. 코스프레라는 행위는 세계에 유사한 형태로 전파되었으나, 각 지역에서는 그 지역의 특성에 맞는 코스프레 문화를 형성하게 되었다.

코스프레는 그 언어 안에 일본의 이미지를 담고 있어 일본 작품의 캐릭터를 재현하는 것이 자연스러운 행위로 받아들여지고 있다. 또한, 인터넷을 통한 사진 공유나, 이벤트에서 코스프레를 하는 등 한 지역에서 코스프레가 시작되는 모습은 일본의 것과 타국의 것이 거의 유사한 형태를 가지고 있다. 그러나 동시에 일본이라는 절대적인 제약은 찾아보기 힘들다. 대상이 되는 장르의 선택이 자유로우며, 다양한 로컬의 문화를 형성하고 있다. 세계에 전파된 코스프레는 국가의 틀을 넘어 그 자체로 세계적인 팝컬처의 한 장르를 만들고 있다.

6. 결론

오타쿠라 불리는 팬들의 문화, 그 안에서도 하위집단에 의한 팬 행위이던 코스프레가 그 발전을 거듭하여 세계 각지에 확산되었다. 세계적 현상으로써 코

스프레를 이해하기 위해 각 국가 코스프레 특징의 비교연구를 실시하였다.

세계 코스프레 대회가 개최되는 세계 코스프레 서밋(World Cosplay Summit)에서 각 국가의 대표로 방문한 2인의 코스플레이어에게 자국의 코스프레 사정을 묻는 인터뷰를 실행하였으며, 본고에서는 한국, 중국, 미국, 호주, 멕시코, 영국, 덴마크의 2013년의 코스프레와 2017년의 코스프레를 비교 분석하였다. 또한 인도네시아, 미얀마의 상황 역시 인터뷰를 통해 2017년 추가로 확인하였다.

각국의 코스프레는 언어, 활동방법 등에서 유사성을 보였으며, 이는 발신지인 일본과의 유사성이기도 하다. 또한 코스프레에 대한 인식이 멕시코, 영국, 덴마크에서 상승하고 있는 것이 확인되어 코스프레 현상이 아직 확산중임을 알 수 있었다. 동시에 각 국가는 로컬화를 통해 다른 나라와 구분되는 코스프레 문화를 형성, 개성의 발현이 이루어지고 있었다. 이후 더 많은 국가의 비교 및 지속적인 자료 수집을 통해 근거를 더해갈 수 있을 것으로 기대된다.

코스프레의 확산은 일시적인 현상에 그치지 않고 현재에도 전파가 계속되고 있다. 그 과정에서 이루어지는 로컬화는 지역에 따른 코스프레의 특성을 만들어내었으며 코스프레의 문화적 다양화를 촉진하고 있다. 더불어 이 과정에서 일본의 특색은 열어지고 있으며, 장르의 확산 역시 일어나고 있다. 즉, 일본의 팬 문화에서 시작된 코스프레는 국가의 틀을 넘어 보다 세계적인 하나의 팝 문화로 독립하고 또 발전하고 있는 것이다. 소수의 집단에서 시작된 이 작은 현상은 하나의 문화로, 또 세계의 문화로 성장하고 있다.

【참고문헌】

- 고애란·신미란(2005) 「한국 코스프레 집단의 문화기술지적 연구1 :한국의 코스프레 집단의 분석」 『복식문화연구』,복식문화학회, pp.919-933.
- 김태연(2014) 「海外における日本オタク文化の伝播と受容」、大阪大学言語文化研究科、 pp.28-72.
- 신미란(2002) 「한국 코스프레 집단의 문화기술지적 연구」 연세대학교
- 신미란, 고애란(2006) 「한국 코스프레 집단의 문화기술지적 연구2 :한국과 일본의 코스프레 문화에 대한 비교 분석」 『복식문화연구』, 복식문화학회, pp.1-15.
- 장경재(2015) 「콘텐츠 관광에서 코스프레의 의의와 지역발전에서의 역할」 『문화콘텐츠연구』 6, pp.7-46.
- 조현진·조우현(2006) 「코스프레 코스튬의 특성」 『한국의상디자인학회지』 8(2), 한국의상디자인학회, pp.109-123.

- 化濱(2012)『コスプレでつながる中国と日本、越境するサブカルチャー』、学術出版会、p. 48-53.
- 竹内愛・中村伊知哉(2012)「ファンの消費行動から見る日本アニメの海外発信について：日本とフランスのコスプレ文化を中心に」、慶応義塾大学メディアデザイン研究科
- Camila Teles, Ryoko Ueoka(2012)“Motivation to Cosplay”『아시아디지털아트앤디자인학회 학술대회자료집』, 아시아디지털아트앤디자인학회, pp.393-395.
- Camila Teles, Ryoko Ueoka(2013)“Cross-cultural Cosplay”『한국디자인학회 학술발표대회 논문집』, 한국디자인학회, pp.346-347.
- 矢野經濟研究所(2016)「『オタク』市場に関する調査を実施」、矢野經濟研究所、2016年12月7日 (最終観覧日:2017年11月29日)
- <http://www.yano.co.jp/press/press.php/001628>
- コスプレイヤーズアーカイブ: <http://www.cosp.jp/> (최종검색일 2018.03.27)
- コミックマーケット: <http://www.comiket.co.jp/> (최종검색일 2018.03.27)
- Cure WorldCosplay: <https://worldcosplay.net/> (최종검색일 2018.03.27)
- World Cosplay Summit: <http://www.worldcosplaysummit.jp/> (최종검색일 2018.03.27)
- Cosplay Island: <https://www.cosplayisland.co.uk/> (최종검색일 2018.03.27)
- Cosplay Paradise: <https://www.acparadise.com/> (최종검색일 2018.03.27)
- Deviant Art: <https://www.deviantart.com/> (최종검색일 2018.03.27)
- World Cosplay Summit 심사기준: http://www.worldcosplaysummit.jp/en/about/craftsmanship_judging_regulations.html(최종검색일 2018.03.27)
- MPS myanmar Promotional Service: <http://mpsexhibitions.com/past-events/japan-product-expo-2012/> (최종검색일 2018.03.27)
- 微博-随时随地发现新鲜事: <https://www.weibo.com/> (최종검색일 2018.03.27.)

논문 투고 일자 : 2018. 03. 31.

논문 심사 일자 : 2018. 04. 30.

게재 확정 일자 : 2018. 05. 09.

< 要 旨 >

日本文化から世界の文化に進化するコスプレ
—世界各地のコスプレの比較分析を通して—

金兌娟

日本のポップカルチャーファンによって始まった小さな現象であったコスプレは、日本国内で成長を続け、今や世界にまで拡散されている。世界的現象としてコスプレを理解するために、世界各地のコスプレイヤーを対象に2013年と2017年、二回にわたりインタビューを実施した。その内容を根拠に、7カ国を対象に2013年から2017年までのコスプレ事情の変化を比較分析、更に、国家によるコスプレ文化の特性を確認するため、9カ国での比較分析を行った。その結果、世界的にコスプレが成長中であることを確認することができた。さらに、伝播されたコスプレは日本のコスプレと類似した面はあるが、各地で独特な特性を持つ文化を形成していることが判明した。したがって、現代のコスプレは日本から始まり、日本の特徴を持ちつつ世界に伝播されたが、その過程の中で国境を超えて一般化し、世界が共有する文化になりつつあると考えられる。

The Evolution of Cosplay from Japanese Culture to Global Culture
— A Comparison and Analysis of Global Cosplay —

Kim, Tae-Yeon

Once an idiosyncratic subculture in Japan, cosplay has developed into a global phenomenon. Costuming catapulted into popularity to become a significant aspect of popular culture in Japan in the 1980s, when anime and manga fandom embraced it as a favored form of expression. In order to understand cosplay as a global phenomenon, cosplayers from various countries were interviewed in 2013 and 2017. Based on the interviews from both years, changes were compared across seven countries by analyzing cosplay characteristics of nine countries. The results confirmed the continued spread of the cosplay phenomenon around the world, and revealed the development of distinct cosplay cultures and characteristics that shared similarities to, but were also distinct from, the Japanese model. In summary, though the modern form of cosplay stems from Japan and has since spread across the world, it has undergone a process of diffusion to emerge as a generalized culture shared by the world.