

1990년대 한국 대중문화 담론 속의 ‘일본’

- 긍정적 일본 이미지의 형성 구조 -

김 일 립*

sunnyforest@daum.net

〈 目 次 〉

- | | |
|-------------------------|-------------------|
| 1. 서론 | 3. 긍정적 일본 이미지의 구축 |
| 2. 일본 재인식의 매개로서의 ‘대중문화’ | 3-1. 다양성 |
| 2-1. 윤리적 관계의 전복 | 3-2. 일상성 |
| 2-2. 세대 의식과 저항문화의 문맥 | 3-3. 창의성 |
| 2-3. 헤게모니 재편의 가능성 | 4. 결론 |

Key word : 대중문화 담론(Discourse on Popular Culture), 일본의 긍정적 이미지(Positive Impression of Japan), 1990년대(1990s), 윤리적 관계(Moral Relationship), 세대론(Generational Arguments), 일상성(Usualness), 다양성(Diversity), 창의성(Creativity), 오타쿠(Otaku), 마이너리티(Minority), 민주주의(Democracy), 문화산업(Cultural Industries), 탈근대주의(Post Modernism)

1. 서론

이 연구의 목적은 1990년대의 한국 대중문화 담론 속에서 긍정적 일본 이미지가 형성되는 의식의 구조를 고찰하는 것이다. 잘 알려져 있듯, 해방 이후 수 십 년 동안 한국에서 일본은 부정되고 은폐되어왔다. 일본의 영향력이 일상적이고 공식적으로 언급되기 시작한 것은 1990년대 중후반부터였다. 어둠의 경로로 유통되던 일본 대중문화가 공식적으로 수용되고, 긍정적으로

* 한국예술종합학교 영상원 애니메이션과 강사, 미학/예술학

언급되기 시작한 것도 이 무렵이다. 요컨대 1990년대는 한국 사회가 일본을 대하는 시각이 긍정적으로 바뀐 전환점이자, 일본의 영향력이 공식화된 기점인 것이다.

한국에서 대중문화 자체가 주목받고 담론화된 것이 1990년대였다는 점을 상기하면, ‘일본’과 ‘대중문화’, 그리고 ‘1990년대’는 영향 작용 속에서 사유해야 할 주제이다.¹⁾ 이 영향 작용의 중심에 있는 것은 일본 대중문화를 섭렵하면서 자란 한국의 1960~70년대 생이다. 1990년대의 대중문화 담론을 주도한 것도 바로 그들이었다. 때맞춰 한국에 상륙한 문화연구의 흐름 역시 대중문화를 연구대상으로 정립하는 역할을 했다.²⁾ 이와 같은 관점에서 이 연구는 1990년대의 한국 사회를 읽는 프리즘이자, 일본을 인식하는 방식이 바뀌는 지점으로서 대중문화 담론에 주목하고자 한다. 일본을 둘러싼 한국 사회의 변화는 단지 한일 관계에 국한된 문제가 아니라, 문민정부 출범과 문화산업의 대두, 신자유주의 및 글로벌리즘의 맥락 속에서 이해해야 할 것이다.

황달기는 2001년 한국이 일본을 부정적으로 인식하는 배경을 검토하고, 일본 대중문화개방이 미칠 변화와 대응 자세를 논했다.³⁾ 이 연구는 불과 10여년 전만 해도 한국인이 일본에 얼마나 거부감을 느꼈는지를 역설적으로 보여준다. 한국 사회가 일본을 옹호하고 모방해온 방식을 논한 연구도 1990년대 이후 다양한 분야에서 전개되었다.⁴⁾ 일본 대중문화를 수용하는 양상을 논한 연구 역시 꾸준히 발표되었다.⁵⁾ 2000년대 중반부터는 대중문화를 계기로 한

- 1) 이에 대해서는, 김일림(2014) 『한국의 애니메이션 담론 형성 과정 연구-예술의 성립과 담론의 탄생』 『한국미학예술학회 2014년도 여름 정기학술대회 발표집』 pp.55-90 참조. 1900년대부터 1980년대까지 한국 신문에서 일본이 언급되는 방식의 일면 또한 이 글에서 알 수 있다.
- 2) “우리들에게 이 담론이라는 말이 가깝게 느껴지기 시작한 때는 90년대 중반에 들어서면서이다. 80년대를 주름잡던 맑시즘의 퇴락과 더불어 새로운 이데올로기적 대안을 찾던 소위 ‘떡물’들은 90년대 전세계적인 화두로 떠오른 문화이론을 소개하고 분석하는데 전념하기 시작한다.” 김지수(1999) 『클릭! 대중문화가 보여요』 문화마당 p.252
- 3) 황달기(2001) 『일본 대중문화의 개방과 한국인의 일본인식』 『경영경제』 제34권 제1호 계명대학교 산업경영연구소 pp.259-265
- 4) 이명원(1999) 「김윤식 비평에 나타난 ‘현해탄 콤플렉스’ 비판」 『전통어문연구』 제11집 서울시립대학교 문리과대학 국어국문학과 pp.247-274; 윤상인(2009) 「한국인에게 일본 문화는 무엇인가」 『문화과 근대와 일본』 문학과 지성사 pp.13-36 외
- 5) 황달기(2007) 『한국의 일본대중문화 수용 : 1990년대 이후의 일본영화를 중심으로』

국인의 일본 인식이 좋게 변했다는 연구 결과가 나오는데, 예컨대 박순애는 1577명을 조사하여 일본의 만화와 애니메이션을 많이 접한 젊은이일수록 일본에 호감을 갖게 된다는 사실을 밝혀냈다.⁶⁾ 그러나 대중문화를 매개로 일본이 ‘어떻게’ 긍정적으로 인식될 수 있었는지를 논구한 선행연구는 아직 찾아볼 수 없다. 수 십 년 동안 부정되고 은폐되었던 일본이 불과 몇 년 사이에 어떠한 의식 구조 속에서 긍정적으로 재인식될 수 있었는지를 고찰하는 것은, 문화연구의 쟁점이자 한일 관계의 중요한 문제가 된다.

이와 같은 관점에 입각하여 이 연구는 한국의 ‘1990년대’와 ‘대중문화’, 그리고 ‘일본’을 영항 작용 속에서 인식하고, 이 시기 한국의 대중문화 담론이 일본을 논하는 방식을 분석할 것이다. 연구대상으로는 학술 논문이 아니라 단행본과 잡지에 등장하는 담론을 설정한다. 일본 대중문화개방을 전후로 발표된 논문이 신중한 대안 모색과 객관적 실태 조사를 위주로 이루어졌다면, 일반 대중을 대상으로 전개된 담론은 적극적이고 과감하게 일본 문화를 논했다. 실제 1990년대 후반까지는 정확한 논거를 전제로 하는 논문보다 정보와 흥미, 인상비평 위주의 담론이 압도적으로 많았다.

담론의 등장은, 일본 대중문화를 단순히 즐기는 것을 넘어서 이에 대한 정보를 공유하고 논하는 공동체의 형성을 의미한다. 해방 후 수 십 년 동안 침략국으로만 간주되던 일본은 1990년대 대중문화 담론이 전개되는 과정에서 긍정적인 이미지로 재인식되었다. 이 연구가 치밀한 ‘이론’이 아니라 대중적인 ‘담론’에 주목하는 까닭은, 그 속에 당시 일본 대중문화를 대하는 한국인의 생생한 시선이 담겨있다고 판단했기 때문이다. 이들 담론은 상업주의에 사로잡혀서 일본 문화의 본질을 왜곡하고 있다는 비판을 받기도 했다.⁷⁾ 그런데 당시 비판받던 상업성은 오늘날 문화콘텐츠학이라는 새로운 학문체계의 동력이 되고 있다는 사실에 우리는 주목할 필요가 있다. 문화와 산업을 결합해서 사유하는 패러다임이 모든 분야에 정착한 것이다. 1990년대의 대중문화 담론

『일본어문학』 제36집 일본어문학회 pp.469-492

6) 박순애(2007) 『한국젊은이의 대일본 이미지 형성과 그 변화』 『한중인문학연구』 제22집 한중인문학회 pp.323-342

7) 김필동(2000) 「김지룡 이규형은 ‘평론가’의 탈을 벗어라, 월간 『말』 2000년 1월호 pp.204-207

은 이러한 변화를 반영하고 있을 뿐만 아니라 주도해왔다고 할 수 있다. 이 연구는 당시의 담론을 도덕적 기준으로 판단하거나, 그 옳고 그름을 논하고자 하는 것이 아니다. 오히려 가치판단에서 벗어나 그 속에서 당시 한국인이 일본을 긍정적으로 재인식하도록 추동한 의식 구조를 발견하려는 것이다.

이 연구의 특징은, 한국 사회가 일본을 대하는 관점의 변화가 1990년대 한국의 대중문화 담론 속에 드러나는 점에 착목하고, 이들 담론에서 일본의 긍정적 이미지가 ‘어떻게’ 형성되었는지 살피는 점에 있다. ‘1990년대’와 ‘일본’, ‘대중문화’를 영향 작용 속에서 파악하고, 긍정적인 일본 이미지를 구축한 주체로서 1960~70년대 생에 주목한 것도 이 연구의 특징이다. 이 연구는 잡지 기사와 별도로, 1990년부터 1999년까지 한국에서 정식 발행된 대중문화 관련 서적 중 일본을 언급했거나 일본과 관련이 있다고 판단한 80권을 주요 연구대상으로서 검토했으며, 지면 관계상 고찰한 모든 자료를 언급할 수 없었음을 밝힌다.

2. 일본 재인식의 매개로서의 ‘대중문화’

1965년 한일기본조약 이후에도 한국은 오랫동안 일본의 영향력을 부정해 왔다. 한국 사회가 일본을 평범한 ‘외국’으로 재인식하기 시작한 것은 1990년대 중후반이었다. 부정적으로 각인되었던 일본을 긍정적으로 재인식하도록 매개한 것은 바로 대중문화였다. 20세기 후반 한국 사회가 일본을 재인식하는 과정은 한국이 일그러진 자화상을 자각하는 과정과 표리일체의 관계를 맺고 있었다.⁸⁾

1998년 일본대중문화개방 시행을 전후로 일본 대중문화를 논하는 담론은 폭발적으로 증가한다. 이들 담론은 1960~70년대 생에 의해 주도되었다. 아지

8) “우리나라 극장판 애니메이션의 표절 사례를 살펴보면 더더욱 우리나라 극장 애니메이션에 대해서 환멸을 느끼게 된다. 그 대표적인 사례는 TV 방영작의 모작. 심지어는 제목까지도 TV 방송 제목을 그대로 따서 버젓이 극장에서 개봉을 하곤 했다. …(중략)… 원작을 도둑질하는 경우가 한 두 가지가 아니었던 것이다.” 김성욱(1998) 『한국 애니메이션의 문제점』 『한국 애니메이션은 없다』 예술 p.73

주류 사회에 편입되지 못했던 1960~70년대 생은 자신들이 보고 자란 일본 대중문화의 해박한 정보를 소개하고, 이를 매개로 일본을 긍정적으로 바라보았다. 일본의 영향력을 적극적으로 수면 위에 드러내고, 대중문화를 둘러싼 한국의 기형적인 자화상을 파헤쳤던 것도 그들이다.

1990년대 대중문화 담론은 크게 두 가지 방향으로 전개되었는데, 먼저 무의 식적으로 수용해온 일본 대중문화 산물을 일본의 것으로 정확하게 인식하는 작업이었다.⁹⁾ 다른 하나는 일본의 뛰어난 대중문화 산물을 통해서 일본을 재인식하고, 심리적 경계를 허무는 작업이었다.

자신들이 공기처럼 섭취하면서 자란 만화와 애니메이션이 일본 작품이라는 사실을 깨닫는 순간, 1960~70년대 생은 일본에 대한 경계심을 거둔다.¹⁰⁾ “영상세대라 불리워지는 70년대 이후 세대”는 “일본에서 제작된 수많은 애니메이션 걸작들”을 통해 “삶에 대해, 자연과 우주, 사랑과 우정, 정의와 용기에 대한 것을 배웠다”.¹¹⁾ 그들에게 일본 대중문화는 자신들을 “사람의 삶 속으로 인도한 바다와 숲과 같은 것”이었다.¹²⁾ 당시 담론의 생산자들은 “결코 우리에게 일본만화가 없었던 적은 없었”으며, “늘 있었던 일본만화가 90년대 들어 제 모습을 갖추고 진격했을 뿐”¹³⁾이라는 사실을 자각한 동시에, “역사적·문화적으로 상당히 난해한 관계에 처해” 있는 일본이 “세계 최고 수준의 애니메이션 능력을 보유하고 있는” 사실에 “상당한 스트레스”를 받는다.¹⁴⁾ 상반되는 감정이 교차하는 틈새에서 20세기 후반의 한국인은 일본을 긍정적으로 재인식하기 시작하는 것이다. 이 장에서는 일본의 긍정적 이미지를 형성한 의식 구조를 세 가지 관점으로 논하고자 한다.

9) 예컨대 박인하 외(1999) 『아니메가 보고 싶다』 교보문고 p.6 참조

10) “극히 충동적인 이유로 일본이란 나라를 유학처로 정했지만 나라타 공항을 내리면서 난 두려움보다는 가슴이 설레었다. 일본은 만화와 애니메이션의 천국이기 때문이다. 여섯 살때부터 만화를 읽기 시작해 20년이 넘도록 만화를 끼고 살아온 나였다. 우선 아직 안 읽어 본 만화가 천지에 널려 있다는 사실 하나만으로도 난 두려워할 새가 없었다.”김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.8

11) 박인하 외(1999) 『아니메가 보고 싶다』 교보문고 p.6

12) 위와 같음

13) 위의 책, p.23

14) 김성욱(1998) 『한국 애니메이션의 문제점』 『한국 애니메이션은 없다』 예술 p.64

2-1. 윤리적 관계의 전복

1990년대 대중문화 담론이 수행한 작업 중 하나는 한국의 일본 대중문화 표절을 밝히고 공식화하는 것이었다. 도정일은 1998년 간행된 『일본 대중문화 베끼기』의 서문에서 “지금까지 단 한 번도 이만한 책의 분량으로, 이만한 성의와 노력의 결집으로, 일본 대중문화 베끼기에 대한 반성적 작업이 이루어진 적 없었다는 사실”을 명확히 하면서, 이러한 “충실한 보고서”가 “우리 대중문화의 향후 발전을 위해 가장 값진 봉사과 기여를 하고 있다”고 말한다.¹⁵⁾ 1990년대 한국의 문화연구를 주도했던 도정일은 일본 대중문화 표절이 ‘생산과 수용의 부패구조’에서 기인했다고 규정한다.

지난 50년간, 짧게 잡아 70년대 이후 약 30년간, 우리 사회가 일본 대중문화에 대해 취해온 태도는 이중성과 위선 그 자체다. …(중략)…이 희극적 이중성과 위선이 드러내는 것은 무엇보다도 현대 한국인의 자존과 창조적 문화 생산력을 쪼먹고 죽이고 질식시켜온 ‘부패구조’다. 이 부패구조는 생산과 수용의 두 현실을 다같이 규정한다. 첫째, 일본 대중문화의 공식 수입이 금지되어 있는 동안, 바로 그 금지의 그늘에서, 일본 문화상품들은 음성적 유통경로를 통해 광대한 문화 압시장을 형성해 왔는데, 이 시장장악을 가능하게 한 것이 ‘수용의 부패구조’다. 둘째, 일본 대중문화는 시장만 장악한 것이 아니라 광고, 패션, 방송, 출판, 신문, 영화, 음반 등 대중문화 영역들(그리고 심지어 학문과 예술 영역에서조차도)에서의 상품 생산형식과 생산과정에 때로는 지배적인, 때로는 결정적인, 영향력을 행사해온 것이 사실이며, 이것이 ‘생산의 부패구조’다. 수용의 부패구조를 특징짓는 것은 직접 상품의 ‘음성화’이고, 생산의 부패구조를 특징짓는 것은 상품 형식, 내용, 과정의 ‘베끼기’다.¹⁶⁾

(밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

도정일은 표절을 개별적 주체의 문제로 환원시키지 않고 사회 구조적인 문제로 인식했으며, 이러한 부패 구조가 학문과 예술의 영역에서도 자행되었다는 사실을 공개했다. 특히 하청 구조에 완벽히 종속되어있던 애니메이션을

15) 도정일(1998) 『일본 대중문화 베끼기-그 부패구조 <서문>』 『일본 대중문화 베끼기』 나무와 숲 p.9. 도정일은 이 논문에서 인용한 담론의 생산자 중 유일하게 1960~70년대 생이 아니지만, 1990년대에 한국의 문화연구를 확립한 상징적인 인물이다.

16) 위의 책 pp.6-7

들러싸고 적극적인 자각이 일어났는데, 김성옥은 한국 극장용 애니메이션의 황금기는 “표절과 도용으로 쌓여진 사상누각에 불과”했다고 선언한다.¹⁷⁾ 이러한 자각은 환멸과 위선, 그리고 반성으로 표현되었다. 일본 대중문화와 앞에 드러난 한국인의 이중적인 얼굴을 도정일은 다음과 같이 묘사한다.

이 속얼굴은 스폰지 같기도 하고 장시간 삶은 호박 속살 같기도 하다. 그것은 밑반죽처럼 흐물거리고, 이목비(耳目鼻)가 뚫개어져 한참 들여다보아도 눈, 코, 귀를 분간하기 어렵다. 이 얼굴에 결정적으로 표정을 주는 것은 입이다. 그것은 습지의 모든 캐락을 빨아먹은 듯한 빨긴 입, 더 먹기 위해 크게 벌어진 탐욕의 입, 난파선의 기름띠처럼 비굴한 웃음을 흘리고 있는 입이다.¹⁸⁾

(밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

대중문화의 프리즘으로 들여다 본 한국인의 자화상은 혐오스럽고 비굴했다. 해방 이후 이어져온 이러한 위선적인 자화상은 “문화적 반성력의 결핍”이자 “부재”의 결과이며, “타인 비판은 열심히 하면서도 우리 자신의 비이성성이나 위선만은 결단코 보지 ‘않’으려는 항문기적 예고이즘, 소아병적 자기 방어적 나르시시즘에 기인”했다.¹⁹⁾ 동시에 “자기 반성을 자극할 적극적이고 정확한 실증적 현실 보고, 진단, 분석, 비판이 왕성하지 못하다는 데에도 원인”이 있었다.²⁰⁾

이중성에 대한 자각은 필연적으로 반성으로 이어졌다. 추악한 자기 얼굴을 통해서 일본은 재인식된 것이다.²¹⁾ 김성옥은 “자꾸 일본의 예를 들어서 안되었지만, 그들의 지난 역사에서 배울 건 배워야 한다. 오늘날의 애니메이션

17) 김성옥(1998) 『한국 애니메이션의 문제점』 『한국 애니메이션은 없다』 예술 p.70

18) 도정일(1998) 『일본 대중문화 베끼기-그 부패구조 <서문>』 『일본 대중문화 베끼기』 나무와 숲 p.5

19) 위의 책 p.7

20) 위의 책 p.7

21) 이중성에 대한 자각은 여러 분야에서 이루어졌다. “광복 이후 실로 오랫동안 일본 소설을 바라보는 태도에는 이중적 허위의식이 짙게 배어 있었다. 그것은 독자 차원에서 보다는 한국 문학계 내부에서 두드러졌다. 일본 소설을 ‘대중소설’로 폄하하여 배격하거나 문화 침략 혹은 침식으로 치부하는 쇠국적 대응은 2000년대에 접어든 현 시점까지도 상존한다.” 윤상인(2009) 『한국인에게 일본 문학은 무엇인가』 『문학과 근대와 일본』 문학과지성사 p.30

초강대국 일본이 있기까지는 애니메이션 업계 종사자들의 피눈물나는 노력이 이면에 숨어 있다는 것은 그다지 알려지지 않은 사실²²⁾이라고 주장한다. “80년대 일본 애니메이션의 약진과 우리나라 애니메이션의 조락은 일본의 애니메이션적 진보에 대한 우리나라의 상대적 절망감을 가져오기에 충분한 것이기에 중요한 의미”를 갖는데 그 이유는 “이제 시장이 개방될 단계에 이르렀기 때문이다.”²³⁾ 1990년대는 한국 사회의 의도와 관계없이 대중문화의 생산과 수용 구조에 변화가 일어나는 시기였다.

일본의 재인식과 부정적 자화상의 발견은 일제 강점기부터 이어져온 무의식의 단면을 끄집어내는 과정이었으며, 부재하던 인식을 새롭게 구축하는 작업이었다. 동시에 이는 ‘국가’를 단위로 대중문화를 재인식하는 과정이기도 했다. 이 지점에서 한국과 일본은 중요한 전환기를 맞이하는데, 바로 표절을 매개로 ‘침략국’ 일본과 ‘식민지’ 한국의 윤리적 관계가 전복되는 의식의 층이 형성된 것이다. 도정일의 다음 문장을 보자.

우리는 말하자면 일본 베끼기를 통해 가장 안이하고 손쉬운 방법의 단기적 공급 수단을 확보해온 것이다. 그러나 이런 공급수단은 이제 마땅히 정지되어야 한다. 외부적으로 그것은, 저작권 문제를 거론하기 전에 우선 일본측 생산자들의 시간, 창조력, 노동에 대한 부도덕한 착취이며 내부적으로는, 이미 지적했듯이, 우리 스스로의 창조력을 죽인다는 점에서 부도덕하고 비생산적이다.²⁴⁾ (밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

1990년대 후반의 한국 대중문화 담론에서 일본은 비로소 침략국의 맥락에서 벗어난다. 피해자 한국과 가해자 일본이 비로소 동등한 무대에 오르는 순간이다. 한국과 일본을 대등한 논리로 엮은 것은 마르크시즘의 문맥이었다. 국가의 경계에서 벗어나 생산자와 소비자, 사람과 사람의 관계로 보았을 때, 일본 대중문화 표절은 한국인이 일본인의 시간, 창조력, 노동을 착취하는 행위가 되는 것이다. 동시에 일제 강점기의 기억을 환기하는 것은 “구태의연한

22) 김성욱(1998) 『한국 애니메이션의 문제점』 『한국 애니메이션은 없다』 예술 p.100

23) 위의 책 p.83

24) 도정일(1998) 『일본 대중문화 베끼기-그 부패구조 <서문>』 『일본 대중문화 베끼기』 나무와 숲 p.9

자세”로 비판되었다.²⁵⁾

표절의 자각이 한국인의 식민지 트라우마를 소거한 것은 아니었다. 일본은 ‘침략국’으로서 여전히 인식되고 있었다. 그러나 그와 별개로 일본을 새롭게 인식하는 의식이, 새로운 세대의 주도로 형성된 것이다. 한국의 1960~70년대 생은 자신들이 한국 작품으로 인식하면서 보고 자란 대중문화가 사실은 일본 작품이거나 표절작이었다는 사실을 자각하게 되었다. 고정불변으로 여겨졌던 한국과 일본의 윤리적 관계가 전복되는 의식의 층은, 이 지점에서 성립되었다. 일본이 재인식되는 과정은 식민지 기억과 별개로, 한국인이 표절을 자각하는 과정과 맞닿아 있었다.

2-2. 세대 의식과 저항문화의 문맥

한국과 일본의 윤리적인 관계는 새로운 시공간 속에서, 새로운 주체에 의해 재편되었다. 피해자의 입장에서 벗어나 일본과 대면한 것은 1990년대에 사회적 발언을 시작한 1960~70년대 생으로, 이른바 ‘386세대’와 ‘신세대’였다. 다음 인용문에서 386세대의 자의식을 들여다 볼 수 있다.

필자는 386세대다. 30대이며, 80년대에 대학을 다녔고, 60년대에 태어났다는 뜻이다. 어떤 이들은 386세대를 ‘신세대’와 ‘신세대’의 중간에 있는, 소위 ‘킨세대’라 부르기도 한다. …(중략)… 정치적으로나 문화적으로나 일대 전환기였다고 말할 수 있는 80년대의 중심에서 의식의 성숙 과정을 거쳐야 했던 그들이 앞뒤 두 세대를 놓고 혼란스러워 하는 모습을 제법 잘 담아 내고 있기 때문이다. …(중략)… 앞서 놓여진 ‘신세대’의 벽은 여전히 완고하고 때에 따라서는 위협적이다. 수구(守舊)의 논리나 태도는 변화의 요구 앞에서 더 한층 견고해지기 때문이다.

‘신세대’와의 단절은 더욱 심한 편이다. 본격적인 온라인 세대인 그들은 386 세대가 꿈도 꾸지 못했던 엄청난 정보의 혜택을 누리고 있으며 과거와 비교될 수 없는 다양한 시각과 취향, 심지어는 그들 자신이 직접 만들어내는 언어를 통해 기타 세대와 구분되기를 강력히 희망하고 있다.²⁶⁾

(밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

25) “도덕적 혼계나 분노의 표시로 외국 대중문화에 대응하고자 하는 구태의연한 자세만큼은 하루 빨리 버려야 할 것이다.” 강준만(1998) 『우리 대중문화 길찾기』 개마고원 p.304

26) 김호진(1998) 『시나리오 없는 없다』 『한국 애니메이션은 없다』 예술 pp.190-191

1990년대에 대중문화를 매개로 한국과 일본을 재인식한 것은 1960년대 생인 386세대와, 1970년대 생인 신세대였다. 386세대와 신세대가 맞이한 1990년대의 한국은 정치적·문화적 대전환을 거친 새로운 공간이었다. 그들의 공통점은 매스미디어를 통해 대중문화를 즐기며 자랐다는 것이다.

386세대는 1990년대의 대중문화를 세대 간 주도권 쟁탈의 무대로서 명확히 인식하고 있었다.²⁷⁾ 이 대립은 그러나 386세대와 신세대의 대립이 아니라 386세대를 지원군으로 한 신세대와, 구세대와의 대립이었다.²⁸⁾ 흥미롭게도 이러한 세대 의식은 발전 논리에 입각해서 전개되었다.

지금 기성 세대와 청소년은 극명한 세대 간극을 보이며 서로를 이해하지 못하고 있다. …(중략)…기성 세대가 후진국에서 태어나 후진국에서 성장했다면, 지금의 청소년들은 개발도상국에서 태어나 중진국, 그것도 상위 클래스에서 살고 있기 때문이라고 생각한다. …(중략)…어른들이 보낸 후진국의 청소년기는 ‘생존의 문제를 해결하기 위한 노력’이 큰 의미를 지녔다. …(중략)…그러나 중진국의 가치는 다르다. ‘현재재를 확실히 즐기는 것’이 ‘자신의 행복’을 찾는 지름길이다.²⁹⁾

(밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

현재재를 즐기고자 했던 당시의 신세대는 선진국의 문턱까지 달려온 한국을 대표하는 세대였으며, 그들이 장차 이루어야 할 목표는 선진국의 가치로 표상되는 ‘문화 대국’이었다. 1990년대 한국의 대중문화 담론은 나아가 세대론적 시각에 입각하여 한일 관계를 새롭게 엮는다.

나는 특히 한국의 20대들에게 기대가 크다. 일본의 문화 산업을 일으킨 것도 이념이 지배했던 ‘전공투’ 이후에 나타난 세대들이었다. 한국의 20대여, 문화 대국의

27) “그런데 이렇게 한 사회에서 세대간 주도권을 놓고 쟁탈전을 벌일 때 가장 첨예한 무대는 무엇일까? 바로 대중 문화로 대표되는 패션, 음악, 영화 등이다. 이는 소비를 매개로 한, 스타일과 취향에 관련된 것이다. …(중략)…그래서 유일하게 어른들과 대적했을 때 싸움이 되는 분야일 수 있다.” 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.45

28) 한편 김지수는 “노땅문화(386, 기성세대)”와 “애들문화(X, Y, C, N세대)”로 구도를 잡고, 그들의 간극을 좁힐 수 있는 공감대로 “젊은 마인드”라는 용어를 도입했다. 김지수(1999) 『클릭! 대중문화가 보여요』 문화마당 p.7

29) 김지룡(1999) 『나는 솔직하게 살고 싶다』 명진출판 pp.282-283

깃발을 높이 들자!³⁰⁾ (밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

1990년대 일본 대중문화 담론을 주도했던 김지룡의 이 문장은 중요한 의식 구조를 보여준다. 바로 한국의 민주화를 이루어낸 386세대는 일본의 전공투 세대³¹⁾로, 1970년대 생인 신세대는 전공투 이후의 세대로 치환되는 것이다. 이러한 정서는 당시 보편적이었는데, 예컨대 박인하도 1990년대 사이버 커뮤니티를 1980년대 민중문화의 발전 선상에서 파악했다.³²⁾ 민주주의를 매개로 한국과 일본과 연대의식을 모색한 것이다.

일본의 전후 민주주의 세대와, 한국의 민주화 운동을 주도한 386세대는 기성세대와 대립하여 새로운 환경을 구축하는 데 성공했다는 점에서 일치한다. 1990년대 한국인은 전공투 이후의 세대에게 동질감을 느끼고, 그들을 ‘새로운 일본인’으로 인식했다.³³⁾ 전공투 이후의 세대는 “일장기와 기미가요에 감동하고 독도를 일본 땅이라고 부르짖고 정신대 문제도 없었다고 주장하는 일본인들”³⁴⁾이 아니다. 1990년대의 한국인은 ‘새로운 일본인’을 발견하면서 가해자 일본과 의식적으로 단절했다. 제국주의와 식민주의에 대항했던 세대를 발견하고 그들을 매개로 일본에 대한 긍정적인 이미지를 구축한 것이다. 386세대는 전공투 세대에게 정치적인 동질감뿐만 아니라 대중문화에 대한

30) 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.10

31) “1970년대 격렬했던 학생 운동의 마지막 보루였던 연합 적군(連合赤軍)이 아사마 산장에서 무참한 패배를 당한 후, 무너진 혁명의 꿈에 대한 울분을 터뜨리더라도 하듯이 순정 만화에도 혁명가가 등장하였다. …(중략)…『베르사유의 장미』의 주인공 오스칼은 혁명 투사였다.” 위의 책 p.113. “일본 만화 산업은 상당 부분 학생 운동의 신세를 졌고 그 중 가장 큰 수혜자가 이 만화 편집자이기도 하다. 아니 다시 말해서 학생 운동에서 사회로 튀겨 나온 편집자들이 일본의 만화 산업 발전의 큰 몫을 차지하고 있다고 할 수 있다.” 위의 책, p.123

32) “사이버 커뮤니티는 80년대 민중문화의 거대 흐름 속에 폐쇄적으로 형성된 마니아 커뮤니티(mania community)를 넘어, 보다 보편적인 정보공유와 문화향유를 형성했다.” 박인하 외(1999) 『아니메가 보고 싶다』 교보문고 p.23. 사이버 커뮤니티는 1990년대 한국에 새롭게 등장한, 대중문화가 만개했던 공간이었다.

33) “젊은 오타쿠들이 ‘이미지 리더층’인 감성적 지성파에 속하건, ‘폐쇄적인’ 내향적 모라토리움파에 속하건, 그들은 시각 편중 문화의 영향을 깊게 받은 새로운 일본인의 탄생을 의미한다. 그리고 30대로 성장한 그들 ‘오타쿠’들은 일본의 시각·영상 문화의 기수로 등장해 세계적으로 인정받는 크리에이터로 각광을 받고 있다는 점을 주시할 필요가 있다.” 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.75

34) 위의 책, p.38

연대감도 느꼈다.

이러한 세대 의식은 일본 대중문화를 저항문화로 등치하는 관점으로 이어진다. 다음 인용문을 보자.

일장기와 기미가요에 감동하고 독도를 일본 땅이라고 부르짖고 정신대 문제도 없었다고 주장하는 일본인들. 현대 일본 사회의 정점이라고 할 수 있는 보수 분류 사회에 속하는 인간들이다. …(중략)… 그러나 일본에는 이러한 분류만이 존재하는 것이 아니다. 분류에 대항하는 비주류가 폭넓게 존재한다. 비록 힘은 없을지언정 수적으로는 분류를 능가하는 세력으로 자리잡고 있다. …(중략)… 문화에도 주류와 비주류가 있다. 전통적인 가부키(歌舞伎)나 교겐(狂言)이 일본의 전통 문화이고 본류의 의사를 반영하는 문화라면, 애니메이션과 만화는 새로운 문화이며 비주류의 문화, 즉 서브컬처이다. 조만간 개방될 일본 대중문화를 일본의 본류 사회의 시각으로 평가하는 것은 옳지 않다. NHK가 만든 국수적인 다큐멘터리와 반골 기질의 서브컬처가 만들어 낸, 반전 애니메이션을 동열에 두고 평가하는 행위가 될 것이기 때문이다.

일본의 대중 문화는 서브컬처를 이해하지 않고는 파악할 수 없다. 대중 문화 자체가 본류 문화인 귀족 문화에 대한 서브컬처적인 성격이 강하기 때문이다.

이 책에서는 일본의 서브컬처, 영컬처, 대중 문화를 주로 다룰 것이다. 현재 일본에서 가장 다이내믹한 분야이며, 한국의 젊은이들에게 많은 영향을 주고 있는 문화이다. 일본의 엘리트가 위기에 봉착할수록 일본의 대중 문화는 더 힘이 넘칠 것이다.³⁵⁾

(밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

위 인용문은 1990년대 한국인이 어떠한 방식으로 긍정적인 일본 이미지를 형성하게 되었는지 알 수 있는 중요한 구절이다. 전쟁을 일으킨 ‘본류’와, 전공투 이후의 세대를 의식적으로 분리하고, 새로운 세대가 일구어낸 대중문화를 주류에 대항하는 저항문화의 문맥으로 치환하는 것이다. 이 글에서 만화와 애니메이션은 새로운 비주류 문화이자 국수적인 태도에 대항하는 반골 기질의 서브 컬처로 간주된다. 서브 컬처는 곧 영 컬처이고 대중문화는 구세대 엘리트에 맞서는 저항문화가 되는 것이다.

이러한 문맥에서 한국의 신세대는, 일본의 전공투 이후 세대가 문화산업을

35) 위의 책 pp.38-39

일으켰던 것처럼 한국의 문화산업을 이끌어갈 주역으로 인식된다.³⁶⁾ 그들은 기존의 순수예술과 대중문화의 위계질서를 전복하고, 대중문화에서 인류의 보편적인 가치를 추구하고자 한다. 민주주의의 가치가 한국과 일본의 공통분모로 작용하여 ‘새로운 세대=대중문화=저항문화=마이너리티=영 컬처’라는 등식이 자리 잡는 것이다. ‘본류’에 비하여 수적으로 열세한 마이너리티지만 ‘엘리트=본류’가 위기에 봉착할수록 “대중문화의 힘이 넘칠 것이다”. 즉 새로운 세대의 힘이 곧 강해질 것이라고 한국의 1960~70년대 생은 내다보았다.

1990년대 한국의 대중문화 담론은 30여년의 시차를 둔 한국과 일본의 세대를 등치하고, 새로운 세대에 의한 저항문화의 문맥을 구축했다. 그들이 만난 지점은 바로 대중문화였다. ‘새로운 일본인’이 꽃피운 대중문화를 매개로 긍정적인 일본 이미지가 구축되는 것이다. 전후 민주주의를 주도한 일본의 전공투 세대가 대중문화를 발전시켰듯, 한국의 신세대도 그들처럼 해낼 수 있으리라는 잠재적인 기대 또한 내재되어 있었다. 일본은 대중문화를 매개로 도덕적 당위성을 확보할 수 있었다. 1990년대 이전에는 공공연하게 의식할 수 없었고, 의식해서도 안 되었던 일본의 전후 민주주의 세대를, 한국의 1960~70년대 생이 ‘새로운 일본인’으로서 발견한 것이다.

2-3. 헤게모니 재편의 가능성

1990년대 한국의 대중문화 담론에는 시장 개방과 새천년의 도래를 앞두고 불안함이 스며있었다. 김성욱은 “1998년. 현 시점 하에서 문화 시장은 이미 개방되었다. …(중략)…이러한 상황 속에서 만약 시장이 전면 개방된다면 우리의 애니메이션 기반은 송두리째 날아가 버리고, 일본의 영원한 하청 식민지로 전락해 버릴 지도 모르는 것³⁷⁾이라면서, 시장 개방에 맞설 수 있는 “방패”로서 “우리의 작품”을 만들 것을 촉구했다.³⁸⁾ 한국 애니메이션의 창작성 강화를 주장한 김성욱은 1990년대 당시 한국 기업의 기형적인 행태를 비판했다.³⁹⁾

36) “가슴이 아니라 머리로 이해한 사람들, 남들이 만화를 보며 웃고 울 때 교과서에만 매달렸던 사람들, 만화를 읽지 않고 만화에 관련된 신문 기사만을 읽은 사람들이 만화를 제대로 이해할 수는 없다. 그러나 불행히도 우리 나라에서 만화에 관련된 모든 칼자루는 그런 사람들이 쥐고 있다.” 위의 책 p.9

37) 김성욱(1998) 『한국 애니메이션의 문제점』 『한국 애니메이션은 없다』 예술 p.94

38) 위의 책 p.98

영원한 일본의 하청 식민지로 전락해버릴지도 모른다는 불안감은 일제 강점기의 기억과 중첩되었다. 이 정서는 당시 대다수의 한국인들에게 내재되어 있던 트라우마였다. 이 불안함을 불식시킨 것은 공세적인 문화산업의 마인드였다. 예컨대 김지룡은 대중문화의 문화적인 측면만이 강조되고 상업적인 특성은 망각되고 있다고 비판한다.⁴⁰⁾ 대중문화를 상품으로 인식하고 일본 시장에 자신감을 갖고 진출해야 한다고 주장한 것이다. 강준만 역시 피해 의식에서 벗어나 일본을 공략해야 할 시장으로 바라보자고 소리를 높였다.⁴¹⁾ “‘한국 마니아’를 발판 삼아 교두보를 마련하고 일본 시장 전체를 노린다”⁴²⁾는 관점은 오늘날 정부와 기업, 학계가 공유하는 시각이지만, 1990년대 이전에는 거의 눈에 띄지 않았다. 일본은 한국이 공략할 시장으로서 긍정적으로 인식되기 시작한 것이다.

이러한 역전의 가능성을 현실적으로 뒷받침한 것은 바로 테크놀로지 환경의 변화였다. 확실히 한국은 일본 대중문화의 막강한 영향력 아래에 있었지만, 새롭게 등장한 컴퓨터 테크놀로지는 대중문화의 제작환경을 완전히 바꾸리라는 기대감을 주었다. 노후화가 없는 한국으로서는 잃을 것이 없었다. 이른바 문화 선진국들 역시 동일하게 새로운 환경에 적응해야 했기 때문이다.⁴³⁾ 컴퓨

39) “이들 투자자들은 애니메이션을 한탕이 가능한 ‘노다지’라고 생각했을 뿐 문화적으로는 아무런 의미도 부여하지 않고 있었기 때문에 왜 투자를 해야 하는가에 대한 고민 따위는 애초부터 염두에 없었던 것이다.” 위의 책 p.93

40) “일반적인 문화도 그렇지만 대중 문화는 바로 상품이다. 일본의 대중문화가 세계를 지배하고 있는데, 한국은 여전히 문화상품의 수입국에 머물러 있는 이유는 간단하다. 대중 문화의 문화적인 측면만이 강조되고 상품적인 특성은 언제나 망각되기 때문이다. 일본은 한국의 열 배에 가까운 시장 규모를 지니고 있다. …(중략)…이런 매력적인 시장을 공략하기 위해서라도 우리는 일본의 대중 문화를 정확히 이해하고 그들을 공략할 구체적인 전략을 준비해야 한다. …(중략)… 일본 애들이 하는데 우리가 못 할 건 없지 않겠는가.” 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.10

41) “커뮤니케이션 테크놀로지의 발달로 인해 대중문화의 세계화가 불가피한 상황에서 문화 제국주의를 저지할 수 있는 최상의 방법은 ‘방어’가 아니라 ‘공격’이다. …(중략)…이 주장의 타당성을 검증하기 위해선, 우리나라에서 활개치고 있는 외국 대중문화 상품을 돈으로 환산해보는 작업이 선행되어야 할 것이다. 그러나 아직도 우리는 그런 종합적인 통계 수치조차 갖고 있지 못하다.” 강준만(1998) 『우리 대중문화 길찾기』 개마고원 pp.303-304

42) 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.261

43) “그러나 견고해 보이는 이 일본에도 틈새는 있으니 그건 바로 컴퓨터이다. 전 분야에 걸쳐 컴퓨터가 일상화되어 있는 일본에서조차 컴퓨터 민회는 유독 답보 상태이다. 일본

터 환경을 매개로 한국은, 일본은 물론 세계를 제패하는 가능성을 꿈꿀 수 있게 된 것이다.⁴⁴⁾ 이와 같이 대중문화를 적극적으로 상품으로 인식하고, 일본을 교두보로 아시아, 미국, 유럽 시장에 진출할 수 있다는 희망이 1990년대 한국 사회에 확산되었다.⁴⁵⁾

당시 한국이 비단 일본만을 재인식한 것은 아니었다. 일본 대중문화의 부정적인 측면으로 지적되었던 저질성과 폭력성은 한미 관계 속에서 새롭게 해석된다. 도정일의 다음 문장을 보자.

대일 시장개방이 결정되기까지의 과정에서 상당수 논자들이 일본 상품의 부정적 성격(섹스와 폭력), 시장 잠식의 전망, 국내 문화산업체의 기반 붕괴 같은 측면들에 우려를 표명했는데, 이런 우려는 물론 근거 있고 정당한 것이다. 그러나 저질성으로 말하면 일본 대중문화가 지난 30년간 우리를 공개적으로 지배하온 미국의 일부 대중문화나 우리 자신의 부분적 대중문화보다 더 저질일 수는 없다는 사실을 기억할 필요가 있다.⁴⁶⁾ (밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

미국 문화가 한국을 “공개적으로” 지배해왔다는 사실을 자각하면서, 한국은 일본을 재인식할 수 있었다.⁴⁷⁾ 수 십 년 동안 절대적인 우호관계로 여겨온

에서 컴퓨터로 만화를 그리는 사람을 찾기란 쉬운 일이 아니다.” 위의 책 p.265

- 44) “일본 대중문화 수입을 자꾸 ‘수용’의 관점에서만 바라보는 건 옳지 않다. 그건 너무 수동적이다. 또 대중문화를 우리의 문화적 역량의 관점에서 보는 것도 옳지 않다. 대중문화는 자동차산업과 다를 바 없는 자본과 테크놀로지 집약산업이라는 발상의 대전환이 필요하다. 그럴 때에 비로소 일본 대중문화 수입이 갖는 사회적 의미가 충체적으로 규명되고 그에 따른 대응 방안도 마련될 수 있을 것이다.” 강준만(1998) 『우리 대중문화 길찾기』 개마고원 p.302
- 45) “특히 일본은 오락 시장의 규모가 37조 원을 넘어서는 대단히 매력적인 시장인데다가 일본에서 통용되면 바로 세계 시장에서 팔리는 상품이 된다는 점에서 전략적으로도 중요하다. 일본에서 성공하면 아시아 시장이 자동적으로 손에 쥐어지고 미국과 유럽에 진출할 수 있는 교두보가 마련된다.” 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.242
- 46) 도정일(1998) 『일본 대중문화 베끼기-그 부패구조 <서문>』 『일본 대중문화 베끼기』 나무와 숲 p.8
- 47) 미국에 대한 비판적 사고는 다음에서도 알 수 있다. “미국인들은 일본 애니메이션의 성장을 인정하지 않는다. 그래서 끊임없이 베끼면서도 알보고 무시한다. 이러한 자기 분열적 태도의 증거가 바로 ‘저패니메이션’이라는 단어와 영화 ‘라이언 킹’이다.” 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.213

미국을 비판적으로 재인식하는 과정에서, 한국이 일본을 바라보는 시선 또한 변한 것이다.⁴⁸⁾

성과 폭력성과 같은 일본 대중문화의 부정적 특질은 나아가 탈근대의 문맥에서 재해석되었다. “우리가 일반적으로 당연하다고 생각하는 ‘성에서 격리시켜야 할 소녀’라는 개념은 ‘근대적 유물’에 불과할지 모른다”는 것이다.⁴⁹⁾ 일본에 대한 긍정적인 이미지는 한국 사회가 세계를 재인식하고 탈근대주의를 논하는 과정에서 이루어졌다. 식민지 트라우마에서 벗어나 동등하게 일본과 마주하고, 문화산업을 매개로 질서 재편의 가능성을 노린 것이다.

1990년대의 한국 대중문화 담론은 표절 자각을 통해 자국의 부정적 특수성을 정확하게 인식하는 한편, 패배주의에서 벗어나 일본을 정복할 수 있는 시장으로 간주했다. 문화산업을 통한 헤게모니 재편의 가능성은 모두에게 동일하게 다가온 환경 변화, 즉 컴퓨터 테크놀로지에서도 추구되었다.

3. 긍정적 일본 이미지의 구축

1990년대 후반의 한국인은 구세대와 단절된 새로운 세대의 주도로 일본과 연대감을 모색하고, 공감대를 형성했다. 이 장에서는 제2장에서 살펴본 의식구조의 형성과 연동하여, 당시 한국인이 일본 대중문화 속에서 발견했던 긍정적 일본 이미지를 논하고자 한다. 1990년대 한국의 대중문화 담론에서 일본의 긍정적 이미지를 구성한 주요 가치는 바로 다양성, 일상성, 창의성이었다. 1990년대의 한국 사회는 이들 가치를 일본 대중문화에서 발견했을 뿐만 아니라 이를 담론화했다.

3-1. 다양성

다양성은 획일적인 80년대를 막 빠져나온 한국 사회에 중요한 가치로 다가

48) “만화는 애들이 보는 것이라서 무조건 예쁘고 단순하게 보여줘야 한다는 미국인들의 생각이야말로 지극히 잔인한 것이다. 예쁘고 단순한 세계에서는 곱추의 사랑도, 민중의 혁명도 불가능하다. 그림이 되지 않기 때문이다.” 위의 책 p.214

49) 김지룡(1999) 『나는 솔직하게 살고 싶다』 명진출판 p.148

왔다. 대중문화를 매개로 일본은 다음과 같이 언급되었다.

지금 일본의 영컬처는 성인들에게는 균질적으로 보일지 모르지만 그 안쪽은 각자가 좋아하는 취미의 영역으로 세분된 다양성의 시대 한복판에 있다. 모든 젊은이가 동시에 같은 일에 휩쓸리는 것이 아니라 소수의 열광적인 지지자들로 구성된 다양한 영역이 존재한다.⁵⁰⁾ (밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

한국인이 대중문화를 매개로 발견한 ‘새로운 일본인’은 다양성을 추구하는 부류로 간주되었다. 그들은 비록 마이너리티이지만 사회적으로 고유한 영역을 확보하고 있었다. 즉 일본은 마이너리티가 존중되는 다양한 사회라는 도식이 성립하는 것이다. 이러한 다양성은 “평등을 전제로 하지 않으면 성립될 수 없는 개념”이며, 일본 사회가 지닌 이 다양성의 가치를 한국은 아직 맞이하지 못했다.⁵¹⁾

그렇다면 기성세대에 반기를 드는 ‘새로운 일본인’, 즉 마이너리티는 과연 누구인가. 그들은 ‘자발성’과 ‘상호작용성’을 특징으로 하며, “어떤 경향이 발전하여 다른 것으로 승화하거나 서로 화학 반응을 일으켜 새로운 경향을 형성하기도 하는 문화의 만다라 상태”를 이루는데, 무엇보다 “이러한 움직임을 특정한 기업이나 미디어가 유도하는 것이 아니다.”⁵²⁾ 한국 사회가 20세기 후반에 새롭게 발견한 일본인은 다름 아닌 오타쿠였다. 그들은 마이너리티인 동시에 문화의 생산자 및 소비자였다.⁵³⁾ 오타쿠는 팬과 마니아와 달리 “비평

50) 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.47. 1990년대에 일본 대중문화의 가치를 한국에 널리 알린 김지룡은 “일본 대중문화의 힘은 다양성에서 나온다”고 줄곧 강변했다. 김지룡(1998) 『일본 대중문화 감상법-다양함 오타쿠 섹스 폭력 일상성...』 『신동아』 1998년 12월 pp.534-543 참조

51) “한국은 아직 이러한 다양성의 시대로 접어들지 않았다. 우리 나라에는 ‘튀고 싶다’가 지상 과제인 아이들이 많다. …(중략)… 그러나, 그 ‘튀는’ 행위가 유행의 선도 역할이 아니라 단지 개인의 취향으로 간주되는 분위기가 무르익으면 “튀든지 말든지 다 자기 스타일이다”라는 생각이 사회 전체에 공유될 것이다. 그 때가 되어야 비로소 ‘다양성의 시대’가 도래했다고 말할 수 있을 것이다. 다양성이란 평등을 전제로 하지 않으면 성립될 수 없는 개념이기 때문이다.” 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.49

52) 위의 책 p.48

53) “그렇지만 이 ‘오타쿠’라는 존재야말로 지금 일본 문화의 파워를 보여 주는 핵심이라고 할 수 있다. 엘빈 토플러는 ‘미래 사회에는 생산자와 소비자가 결합된 소비자(producer)

가적인 시각까지 지녀야” 하며, “자기가 좋아하는 대상을 중심으로 자신과 세상과의 관계를 여러 의미로 재배열하지 않으면 안 된다.”⁵⁴⁾

무엇보다 그들은 기성세대와 다르다고 여겨졌다. 즉 “일부식 교육에는 토론이라는 수업 자체가 없기 때문”에 “단편적인 지식의 암기로 대학에 들어간 사람들이 느닷없이 니체의 철학에 대해서, 마르크스의 경제학에 대해서, 보어의 양자론에 대해서 토론을 할 수는 없”었고, “애니메이션이나 만화처럼 알기 쉽고 재미있는 것이라면 얼마든지 토론의 대상으로 삼을 수 있”었다는 것이다.⁵⁵⁾ 오타쿠는 일본 기성사회의 인습을 타파하는 존재이자 비판하는 존재였으며, 그 매개는 바로 대중문화였다.

오타쿠는 주류에 대항하는 마이너리티라는 점에서 한국인에게 긍정적으로 인식되었다. 이러한 마이너리티의 영역은 나아가 한국의 잠재적 시장으로 간주되었다. 일본의 ‘한국 마니아’는 문화의 다양성을 드러내는 마이너리티였으며, 주류에 대항하는 서브컬처이자 마이너 트렌드의 소비자였기 때문이다.

‘한국 마니아’의 등장은 절대로 돌발적인 사건이 아니다. 1980년대 후반을 기점으로 서브컬처 혹은 얼터너티브 컬처가 꽃피면서 마이너 트렌드가 각광받고 있는 현상과 닮아 있다. 이전까지는 주목을 끌지 못했던 아시아의 각국이 일본 영컬처의 일각을 확실히 점령한 상태이다. …(중략)…마니아들의 관심사는 메인컬처가 아니라 주로 서브컬처이다. …(중략)… 이들은 자신의 눈과 귀에 의지해서 정보를 수집하고 대중 매체의 정보보다는 개인간의 정보 교환에 의지해서 정보를 수집하고 대중 매체의 정보보다는 개인간의 정보 교환에 의지하여 자신이 원하는 것을 찾는다.⁵⁶⁾

(밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

1990년대 한국 사회는 다양성이라는 가치를 눈을 떴다.⁵⁷⁾ 한국은 ‘새로운

가 등장할 것’이라고 예견했다. 자신이 원하는 것을 직접 만들어낼 수 있는 역량을 갖춘 사람들이 대거 등장하여 이런 이분법이 사라진다고 했는데 이러한 전조를 바로 일본의 오타쿠에서 찾아볼 수 있다.” 위의 책 p.71

54) 위의 책 p.69

55) 위의 책 p.80

56) 위의 책 pp.259-260

57) “90년대는 분명 그 이전 어느 시대와도 다른 속내를 하고 있다. 90년대의 가장 긍정적인 모습을 꼽으라면 다양성이 인정된다는 점이다.” 이주향(1996) 『나는 길들여지지 않는다』

일본인'에게 이 가치를 발견했고, 그들을 통해 마이너리티 문화와 자발성, 개성, 존중을 보았다. 일본 문화의 부정적인 코드, 즉 “에로틱한 묘사”나 “<어른의 시간>과 <어린이의 시간>의 경계의 불명료함”은 다양성을 만들어내는 요인으로 언급되었다.⁵⁸⁾ 1990년대의 한국인은 새로운 시대정신을 일본 대중 문화의 프리즘에서 발굴했다.⁵⁹⁾ 일본의 마이너리티는 다양성의 주체로 여겨진 동시에 한국 문화산업의 시장으로 간주된 것이다.

3-2. 일상성

1990년대 한국의 대중문화 담론이 일본에서 발굴한 또 다른 가치는 바로 일상성이었다. 일상성은 다음과 같이 일본 대중문화의 중요한 특징으로 언급되었다.

프랑스도 미국도 캐나다도 내로라하는 만화 강국이다. 조금 낮간지럽지만 다들 ‘한 만화’하는 나라들이다. 그런데 이들이 왜 일본 만화에 열광하는가? 그것은 일본 만화가 견고한 일상성을 바탕으로 하기 때문이다.⁶⁰⁾

(밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

그런데 이 일상성은 아기자기한 생활을 일컫는 것이 아니라 “끊임없이 반복되는 지긋지긋한 일상”이다.⁶¹⁾ “헌신적인 근면함에도 결국 세상은 별로 나아진 것이 없다는 것을 깨달은 지금 젊은이들은 그다지 삶에 고무되어 있지

-신세대 철학교수 이주향의 90년대 사랑과 문화읽기』 명진출판 p.7

58) 오노 고세이(小野耕世) 『일본의 이야기 만화와 애니메이션 문화의 현상』 『동북아시아의 문화와 한일관계』 자료집 1998년 9월18일 한일문화교류정책자문위원회 p.67

59) “나는 적극적으로 표현하며 살 것이지만, 주류보다는 비주류 쪽에, 강자보다는 약자 쪽에, 힘이 센 쪽보다는 약한 쪽을 강조하는 목소리를 낼 것이다.” 이주향(1996) 『나는 길들여지지 않는다-신세대 철학교수 이주향의 90년대 사랑과 문화읽기』 명진출판 p.262

60) 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.137. 그 밖에 김지룡(1998) 『일본 대중문화가 세계를 제패한 이유-‘재미없는 일상’을 흥미있게 해석』 『월간 중앙 WIN』 1998년 8월 pp.174-179 참조

61) “일본의 대중 문화에서 일상이란 키워드는 매우 중요하다. 그것은 ‘끊임없이 반복되는 지긋지긋한 일상’이란 뜻이다. 성공한 영화나 애니메이션 등은 모두 일상을 견디자, 살아 있자고 호소한다.” 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.55

않”으며, “이 지긋지긋한 일상 앞에서 많은 사람들은 주문을 필요로 한다.”⁶²⁾ 일본 대중문화는 “그럼에도, 단지 살아 있다. 그리고 견디자”는 주문을 거는 것이다.⁶³⁾ 일본 대중문화의 강점인 “일상을 그려내는 힘”은 “전지구적 규모의 불황으로 중년 회사원들은 모두 해고의 칼날 위에서 불안한 나날을 보내고 있”는 보편적인 정서를 한국과 일본이 공유하고 있었기 때문이다.⁶⁴⁾

1990년대의 한국 사회는 어떠한가. 이주향은 1996년의 상황을 “우리가 함께 일귀내야 할 공동체에 대한 허무가 선포된 자리”로 표현하고, “민족과 역사, 공동체에 대한 불신의 선언이 우리의 삶을 지극히 개인적으로 만들어간다”고 말했다.⁶⁵⁾ 1997년 이후에는 이른바 ‘IMF 시대’라 불리는 공황이 한국을 덮쳤다. 절대적으로 믿었던 가치가 무너지고, 허무함이 자리 잡은 그곳에서 발견한 것이 일상성이었다.

일상성은 한국과 일본의 공감대가 되었다. “우리 문화공동체의 핵 속에 녹아 있는 정치, 경제적 배반감”⁶⁶⁾ 속에서 1990년대의 한국인들은 『신세기에반게리온』과 『모노노케 히메』에 공감할 수 있었다. 일상성은 거대한 사회 변혁의 터널을 지나온 1990년대의 한국 사회가 일본 대중문화에서 발굴한 가치였다.

3-3. 창의성

일본 대중문화의 승승장구를 통해서 1990년대 한국 사회는 문화산업의 중요성을 각성했다. 개인의 창의성만으로 경제적 가치를 이뤄낼 수 있는 문화산업은 한국에게 커다란 가능성으로 다가왔다.⁶⁷⁾ 일본의 창의성은 한국이 본받

62) 위의 책 p.57

63) 위와 같음

64) 김지룡(1998) 『일본 대중문화 감상법-다양함 오타쿠 섹스 폭력 일상성...』 『신동아』 1998년 12월 p.540

65) 이주향(1996) 『나는 길들여지지 않는다-신세대 철학교수 이주향의 90년대 사랑과 문화 읽기』 명진출판 pp.187-188

66) 위의 책 p.185

67) “게임 소프트웨어 산업은 자본력이나 기술력이 아니라 개인의 창의성이 성공의 핵심 요인으로 작용한다. 물리적 자원을 소모하지도 않고 거대한 초기 투자도 필요 없으며 창의력만이 관건인 거대 시장의 게임 산업. 역으로 생각해 보면 이렇다 할 자원도 자본도 없이 인적 자원에 의지해야 하는 한국이 도전할 만한 가치가 있는 산업이기도 하다.”

아야 할 모델이었다. 다음 인용문을 보자.

日本애니메이션 설정 자료집을 보면 정말이지 부러워 견딜 수가 없다. 그들은 대체 얼마나 많은 공부와 투자를 했기에 이처럼 잘 그리고 잘 만드는 것일까? 역시 반세기에 가까운 그들만의 역사가 있었기에 가능한 것일까?… (중략)…그만큼 오랜 세월을 걸쳐 수많은 작품을 통해 실험과 모험을 거듭하여 일궈낸 오늘날의 당연한 성과인 것이다. 정말이지 부럽기 그지 없는 현실이다.⁶⁸⁾

(밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

한국인이 부러워한 일본인의 창의성은 시간과 자본의 투자에서 나오는 것이었다. 능력차가 아니라 사회 구조의 문제였던 것이다.

자꾸 日本의 예를 들게 되어 필자로서도 유감인데, 日本의 경우 캐릭터 및 메카닉이 나오면 보통 한달 정도 이상 기간 동안 원화맨들에게 캐릭터를 익숙하게 표현하거나 메카니즘을 이해하고 표현할 수 있는 기간을 반드시 준다고 한다. 이에 대해 개인적으로 작품의 퀄리티를 위해서 꼭 필요한 조치라고 생각되는데 반면에 우리나라의 경우는 상당히 냉소적이다. 그간, 하청 구조에만 익숙해진 우리나라의 경우, 원화진에게 있어서 시간은 곧 돈이다. 따라서, 어찌 보면 한가하게 남의 그림 흉내나 내고 앉아 있을 수는 없는 일인 것이다.⁶⁹⁾

(밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

대중문화 담론의 생산자들은 한국 사회에서 결여된 부분을 일본에서 발견했다.⁷⁰⁾ 나아가 그들은 일본에도 결여된 부분을 발견하고 역전의 가능성을 모색했다.⁷¹⁾ 테크놀로지에 대한 복잡한 시선도 혼재되어 있었는데, 김지룡은

김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.209

68) 김상수(1998) 『한국 메카닉 디자인의 현주소』 『한국 애니메이션은 없다』 예술 p.175

69) 위의 책 p.178

70) “그러니까 그 뭐랄까, 다른 나라에서는 그 위상(位相) 과 전망을 제대로 인정받고 있음에도 불구하고 정작 우리나라에서는 뿌리깊은 편견과 인식의 차이로 인해 관심 밖으로 밀려나 있는, 미개발 영역으로서의 동질감”을 1990년대 한국인은 다른 나라와의 비교를 통해 자각하게 된 것이다. 김호진(1998) 『시나리오 없는』 『한국 애니메이션은 없다』 예술 p.194

71) “하나의 상품을 만화, 애니메이션, 영화, 전자 오락, 캐릭터 상품 등 다양한 미디어를

일본에 컴퓨터 만화가 아직 일상화 되지 않은 것을 질서 재편의 가능성으로 보았다.⁷²⁾ 동시에 일본의 젊은 세대가 디지털 시대 역시 주도할 수 있다고도 내다보았다.

일본에는 컴퓨터를 사용해 창작 활동을 하는 젊은이들이 많다. …(중략)…이들은 처음부터 컴퓨터를 전제한 창작 활동에 전념한다. 컴퓨터는 볼펜이고 악기이고 물감이다. …(중략)…미래의 멀티미디어를 만들어 갈 수 있는 것은 자연스럽게 디지털 발상을 할 수 있는 현재의 젊은이임에 틀림없다. 이들이야말로 디지털 시대를 이끌어 갈 디지털 엘리트인 것이다.⁷³⁾ (밑줄은 인용자/표기법과 띄어쓰기는 원문에 따름)

디지털 테크놀로지를 둘러싸고 다양한 시선이 교차하고 있었던 것이다. 1990년대 한국인이 발견한 ‘새로운 일본인’은 창의성이 넘쳤다. 즐거움, 재기발랄, 재미, 오락, 새로움, 감성, 솔직함과 같은 가치가 창의성과 결합해 일본의 긍정적 인 이미지를 형성했다. 그것은 1990년대 한국 사회가 필요로 한 가치였다.

4. 결론

1990년대는 한국 사회가 일본을 바라보는 시선이 극단적으로 바뀐 특수한 시기였다. 일본의 긍정적인 이미지 발견과 한국의 부정적인 특수성 자각은 표리일체의 관계를 맺고 있었다. 1990년대 한국의 대중문화 담론 생산자들은 386세대 및 신세대를, 일본의 전후 민주주의 세대와 동일시했다. 시차가 있을 지언정 두 나라의 정치적, 경제적, 문화적 맥락이 교차한 지점은 자유와 평등, 개성, 민주주의와 같은 보편적 가치가 숨 쉬는 곳이었다. 일본에 대한 긍정적인 이미지는 바로 이 지점에서 구축되었다.

통해 전개할 수 있는 회사만이 성공할 수 있다. 이 때 절실하게 필요한 능력이 바로 종합력이다. 현재 이런 종합적인 능력을 갖춘 기업은 월트디즈니 정도로 일본의 기업들은 이 능력은 떨어진다라는 평을 듣고 있다. 현재 한국에 필요한 것은 바로 종합력을 키우는 것이다.” 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 p.249

72) 위의 책 p.265

73) 위의 책 pp.200-201

한국 사회는 일본의 대중문화에서 전쟁 세대와 대립하는 저항문화의 문맥을 발견했을 뿐만 아니라 ‘새로운 일본인’과 조우했다. ‘새로운 일본인’은 폭력을 거부하고 보편적 가치를 지향하는 세대로 간주되었다. 한국인은 일본의 대중문화 속에서 일상성, 다양성, 창의성이라는 긍정적인 가치를 발견했고, 탈근대라는 공통 기반에 입각하여 처음으로 대등하게 공감대를 형성했다. 일본 대중문화의 부정적 측면 또한 긍정적으로 해석되었다.

1990년대의 대중문화는 한국과 일본의 윤리적 관계가 전복되는 지점이었고, 세대 갈등이 일어나는 무대였으며, 문화산업의 거대한 입김이 닿는 곳이었다. 일본을 세계 시장의 교두보로 인식하는 관점은 1990년대 이전에는 존재하지 않았다.

그렇다면 20여년이 지난 지금, 1990년대의 관점을 어떻게 볼 것인가. 결론부터 말하자면 당시 한국 사회가 일본 대중문화를 바라보던 긍정적인 시각은 ‘순수한 환상’이었다. 대중문화는 비주류 문화이자 제국주의에 대항하는 세대의 전유물로 간주되었고, 보편적 인간의 가치를 추구하는 영역으로 이해되었다. 그러나 오늘날의 일본 대중문화는 극우파의 활동무대이기도 하며, 자본주의가 정복한 영역이기도 하다.⁷⁴⁾ 젊은 세대가 옹당히 진보적인 가치를 추구할 것이라는 생각 역시 환상이었다.

그럼에도 1990년대에 전개된 한국의 대중문화 담론은 일그러진 자화상과 정면으로 마주했으며, 정치적, 문화적, 경제적 위계질서를 재편하고자 했다는 점에서 기억되어야 한다. 1990년대의 한국 대중문화 담론에는 문화를 산업으로 인식하는 관점이 적극적으로 도입된 동시에, 인간과 자본, 역사에 대한 희망과 낙관이 담겨 있었다. 그러한 낙관주의가 일본의 긍정적 이미지를 구축하는 동력이 되었다. 대중문화를 둘러싼 ‘순수한 환상’은 1980년대를 지나온 한국 사회의 역사적 산물이었던 것이다. 1990년대 한국 대중문화 담론이 쟁점화한 다양성, 일상성, 창의성이 학계의 활발한 연구 테마가 되고 있다는 사실은, 우리는 또한 간과해서는 안 된다.

한편 당시의 담론이 과도하게 상업주의적 관점으로 흘러갔다는 비판적 시각은, 인간과 자본에 대한 ‘순수한 환상’이 사라진 지금 이 시점에서 되새겨볼

74) 일본 대중문화의 우경화에 대해서는 大塚英志(2003) 『彼女たちの「かわいい」天皇-サブカルチャー-天皇論』角川書店; 大塚英志(2004) 『「おたく」の精神史』講談社 참조

필요가 있다. 대중성과 상업성은 전혀 다른 개념이기 때문이다.

긍정적인 일본 이미지의 탄생은 1990년대 한국 사회에 새로운 주체가 등장했음을 보여주는 신호였다. 무시되던 대중문화를 ‘발견’하고 공론의 장으로 이끈 것도, 컴퓨터 통신을 무대로 막 사회적인 발언을 시작했던 1960~70년대 생이었다.⁷⁵⁾ 이 연구는 당시 일반 독자들에게는 큰 호응을 얻었으나 일부 연구자들에게는 지금도 여전히 폄하되고 있는 1990년대의 대중문화 담론을 분석 대상으로 삼아서, 긍정적인 일본 이미지가 구축되는 문맥을 발굴했다. 1990년대의 한국 대중문화 담론은 한국 사회는 물론, 학문 시스템과 지식인을 상대화할 수 있는 연구대상으로서, 앞으로도 더욱 적극적으로 논의되어야 한다.

〈参考文献〉

- 김준민(1998) 『우리 대중문화 길찾기』 개마고원 pp.297-310
- 김일림(2014) 「한국의 애니메이션 담론 형성 과정 연구-예술의 성립과 담론의 탄생」 『한국미학예술학회 2014년도 여름 정기학술대회 발표집』 pp.55-90
- 김지룡(1998) 『나는 일본 문화가 재미있다』 명진출판 pp.7-277
- _____ (1998) 「일본 대중문화가 세계를 제패한 이유 ‘재미없는 일상’을 흥미있게 해석」 『월간 중앙 WIN』 1998년 8월 pp.174-179
- _____ (1998) 「일본 대중문화 감상법-다양함 오타쿠 섹스 폭력 일상성…」 『신동아』 1998년 12월 pp.534-543
- _____ (1999) 『나는 솔직하게 살고 싶다』 명진출판 pp.5-287
- 김지수(1999) 「클릭! 대중문화가 보여요」 문화마당 pp.7-306
- 김필동(2000) 「김지룡 이규형은 ‘평론가’의 탈을 벗어라」 월간 『말』 2000년 1월호 pp.204-207
- 도정일(1998) 「일본 대중문화 베끼기-그 부패구조 <서문>」 『일본 대중문화 베끼기』 나무와 숲 pp.5-9
- 문성기 외(1998) 『한국 애니메이션은 없다』 예술 pp.4-222
- 박순애(2007) 「한국젊은이의 대일본 이미지 형성과 그 변화」 『한중인문학연구』 제22집, 한중인문학회 pp.323-342
- 박인하 외(1998) 『아니메가 보고 싶다』 교보문고 pp.5-289
- 오노 고세이(小野耕世) 「일본의 이야기 만화와 애니메이션 문화의 현상」 『동북아시아의 문화와 한일관계』 자료집 1998년 9월18일 한일문화교류정책자문위원회

75) 이 지면에서 언급하는 1960~70년대 생의 특징은 그들이 사회적으로 막 발언을 시작하던 1990년대 무렵의 양상을 가리키며, 그들의 분화 양상은 다른 기회에 논구하고자 한다.

p.65-68

- 윤상인(2009) 「한국인에게 일본 문학은 무엇인가」 『문학과 근대와 일본』 문학과 지성사 pp.13-36
- 이명월(1999) 「김윤식 비평에 나타난 ‘현해탄 콤플렉스’ 비판」 『전농어문연구』 제11집 서울시립대학교 문리과대학 국어국문학과 pp.247-274
- 이주향(1996) 『나는 길들여지지 않는다』 명진출판 pp.5-267
- 항달기(2001) 「일본 대중문화의 개방과 한국인의 일본인식」 『경영경제』 제34권 제1호 계명대학교 산업경영연구소 pp.259-265
- _____ (2007) 「한국의 일본대중문화 수용 : 1990년대 이후의 일본영화를 중심으로」 『일본어문학』 제36집 일본어문학회 pp.469-492
- 大塚英志(2003) 『彼女たちの「かわいい」天皇-サブカルチャー天皇論』 角川書店 pp.9-301
- _____ (2004) 『「おたく」の精神史』 講談社 pp.1-446

접 수 일: 6월 30일
 심사완료: 7월 25일
 게재결정: 7월 29일

<Abstract>

Japan in Discourse on Popular Culture in Korean 1990s
: How The Positive Impression of Japan Has Been Formed

South Korea has re-recognized Japan positively since 1990s through popular culture, such as Manga and Anime. The positive impression of Japan has been built by the Korean new generation who was born in 1960~70s. This younger generation played a leading role for the discourse on popular culture in 1990s. They transformed the negative impression of Japan to positive one as below.

First, they clearly recognized the facts that Korean had plagiarized Japanese popular culture. When they faced the facts, the moral relationship between Korea and Japan overturned in the field of popular culture.

Secondly, the younger Korean generation who was born in 1960~70s acknowledged the generation of All-Campus Joint Struggle League who led a movement for democracy in Japan in the late 1960s as a NEW Japanese. The former identified with the latter in political, cultural and ethical aspects. In fact, Both pursued common value such as democracy, minority, and creativity. Most of all, the generation of All-Campus Joint Struggle League developed contemporary Japanese sub culture which became a worldwide hit in 1990s and was recognized positively by the younger Korean generation with this kind of identification and empathy. Therefore, the positive impression of Japan has been formed on the basis of evolving democratic environment which Korea and Japan shared.

Thirdly, the Korean younger generation considered Japan as a market to which they could penetrate with their superior digital technologies. Japan was the first target to enlarge their cultural industries and build a global success.

Since 1990s, Diversity, usualness, and creativity have been very highly regarded and deemed attached to Japanese sub culture. The positive recognition of Japan in Korea was one of the signals that a new generation who is free from colonial trauma appeared and Korean society started new steps.