

일본 소녀문화의 서양 전유방식에 대한 연구*

황 성 희

(전북대학교 고고문화인류학과 강사)

◆ 국문초록

소녀잡지의 일러스트레이션에서 출발한 일본 소녀문화의 독특한 이미지는 일본 만화, 애니메이션, 게임의 시각 이미지의 출처이다. 긴 역사와 전통을 지닌 일본 소녀문화는 일본의 독자적인 문화로 평가받고 있으며 소녀문화의 가와이이(かわいい) 미학은 일본 고유의 미학으로 조명된다. 그러나 소녀문화의 가와이이 미학은 서양적인 이미지들을 통해 표현되어 왔다. 일본 소녀문화의 핵심 이미지는 서양의 이미지를 전유하여 구성되어 왔으며 그 가와이이 미학에서 핵심적인 요소는 장식성이다. 소녀문화의 가와이이 미학에서 장식성은 판타지를 구현하기 위한 필수요소이다. 일본 소녀문화가 장식을 위해 동원하는 서양적인 상징과 이미지는 빅토리아 스타일, 아르누보, 디즈니로 정리된다. 이 연구는 소녀문화의 역사 안에서 이 세 갈래의 서양적인 이미지들이 어떻게 전유되었는가를 살펴보았다. 그것을 바탕으로 가와이이 미학의 장식성 자체가 현대 소비문화에서 갖는 의미를 짚어보고, 장식성을 매개로 동서양 역학관계의 변화와 문화간 상호침투성에 대한 연구의 필요성을 제안한다.

주제어 : 일본 소녀문화, 가와이이 미학, 장식성, 아르누보, 빅토리아 스타일, 디즈니

* 이 논문은 2016년 교육부와 한국연구재단의 지원으로 수행된 연구임 (NRF-2016S1A5B5A07920525).

I. 머리말

도쿄 대형서점의 한 벽면 전체를 차지한 소녀들을 겨냥한 잡지, 소설, 에세이, 디자인과 패션 서적, 아이돌 그룹에 대한 사회적 관심과 소비¹⁾, 일상 을 포위한 키덜트 생활소품 등은 일본 소녀문화의 지형을 보여준다. 동시에 소녀문화가 일본 대중문화와 소비문화에서 차지하고 있는 위상을 드러낸다. 그렇다면 소녀문화란 무엇인가? 소녀문화에 대한 진지한 학문적 논의가 미진한 상황이라 소녀문화에 대해 합의된 정의는 없다. 통상적으로 소녀문화는 소녀들의 소비패턴이 만들어 내는 독특한 문화 현상으로 간주된다. 이때 소녀문화란 전 세계 어디서나 볼 수 있는 세대 문화의 일종이 된다. 도처에서 볼 수 있는 세대문화로서 소녀문화 개념을 수용한다면 이 글에서 다루는 일본 소녀문화를 어떻게 볼 것인가의 문제에 직면하게 된다. 일본 안에서 전개되는 소녀문화라는 점 외에 더 특별한 점이 있는지 질문해 볼 수 있다. 여기에 대해서 이 글은 일본의 소녀문화는 일본만의 특색 있는 문화라는 입장이다. 일본 소녀문화는 독특한 시각 이미지를 만들어 고유의 미학을 발산한다. 그 미학은 가와이이(かわいい) 미학으로 불리며 대내외적인 주목을 받고 있다.

일본 소녀문화는 가와이이 미학을 통해 고유의 세계관을 제시한다. 그리고 그 세계관은 현대 소비문화의 본질에 닿아있다. 그때 연결고리가 되는 것은 장식성이다. 일본 소녀문화에서 장식성은 시각적 차원을 넘어 그 자체가 핵심이다. 일본 소녀문화가 몰두하는 장식성의 역할과 의미를 파악해 보는 것은 현시점의 소비문화를 이해하는 중요한 실마리가 된다. 레트로 소비, 키덜트 소비, 디저트 카페 붐 등 장식성에 몰두하는 현재 한국의 소비문화는 장식성에 집착하는 일본 소녀문화와 친화적일 수밖에 없다.

일본 소녀문화는 일본의 특색 있는 문화지만 일본적인 것보다는 서양적인 내용과 이미지를 동원해 핵심적인 시각 이미지를 구축해왔다. 이 점에 착안하여 일본 소녀문화가 ‘일본’과 ‘소녀’라는 이중의 울타리를 뛰어 넘어 확산되고 영향력을 갖게 된 배경을 규명해 보고자 한다. 구체적으로 일본

1) 요모타 이누히코(四方田 大彦), 『가와이이 제국 일본-세계를 제패한 일본 ‘귀요미’ 미학의 이데올로기』, 장영권 옮김, 팬타그램, 2013, 22쪽.

소녀문화 안에서 서양은 어떻게 전유되어 왔는지를 아르누보, 빅토리아 스타일, 디즈니 애니메이션, 이 세 가지 흐름을 중심으로 파악하고자 한다.

II. 일본 소녀문화와 가와이이 미학

1. 일본 소녀문화의 부상

소녀문화란 개념을 접했을 때 쉽게 연상되는 것은 미국의 바비 인형이다. 바비 인형은 인형 단품으로 끝나지 않고 인형에게 부속되는 각종 생활소품을 핑크색 미니어처로 구현하여 바비 인형만의 세계를 제시해서 소녀세계의 메타포로 인식되어왔다. 바비 인형은 1950년대 미국의 마텔사에서 만든 인형이다.²⁾ 당시 바비 인형의 출시는 사람들에게 충격적으로 다가왔다. 이전 인형들에게서는 볼 수 없었던 성인 여성의 신체 묘사, 현대적인 머리 스타일 등이 과감하게 인식되었다.³⁾ 가상의 마을에 사는 것으로 설정된 바비 인형에게는 일상생활에 필요한 다양한 생활용품들이 미니어처로 부속되었고 그 색깔은 핑크로 통일되었다. 핑크 일색의 귀엽고 예쁜 미니어처로 가득 찬 바비 인형의 세상은 소녀들이 꿈꾸는 세계였다.

1980년대에 미국에서 본격적으로 소녀문화가 부상하기 시작했는데 MTV의 뮤직 비디오와 워크맨 소비, 나이키, 리복 등의 틀에이지 타깃의 마케팅 시도가 그 붐을 조장했다.⁴⁾ 이러한 미국발 소녀문화의 부상은 글로벌한 영향을 끼칠 수밖에 없었다. 일본은 1980년대 미국의 소녀문화의 부상과 별개로 소녀잡지의 발간을 계기로 자국만의 소녀문화 전통을 만들어 왔으며 그 전통은 현재에도 지속되고 있다. 소녀잡지 문화의 시각 이미지는 메이지, 다이쇼 시대를 거쳐 쇼와 시대의 1970, 80년대에 일본 소녀문화만의 독자적인 미학을 보여주는 스타일로 자리잡았다. 또한 소녀잡지에서 발전해 온 소

2) 손원경, 『더 토이북』, 매일경제신문사, 2015, 147쪽.

3) 손원경, 같은 책, 148쪽.

4) 손원경, 같은 책, 149-151쪽. 마텔사는 당시 10대의 라이프 스타일을 분석하여 그들의 생활을 축소한 미니어처 상품을 출시했다.

녀만화의 그림체는 일본 애니메이션과 게임의 그래픽에 핵심적인 요소로 유입되었기 때문에 그 미학을 파악하는 것은 일본 대중문화 상품을 이해하는 중요한 단서가 된다.

이와 같이 일본 소녀문화는 그 명맥을 유지하고 있는 수준을 넘어서 일본 대중문화에 핵심적인 시각 이미지를 제공할 정도로 강력한 영향력을 행사하고 있다. 또한 그 특유의 미학은 일본 국내를 넘어 글로벌한 차원에서 현대 일본을 대표하는 미학으로 조명되었다. 일본 소녀문화 특유의 가와이이 미학은 귀여움, 사랑스러움, 소녀다움이 과도한 장식성을 통해 극대화되고 이와 같은 장식성에 대한 집착은 일본 소녀문화의 가와이이 미학을 규정하는 내용이 되었다. 일본의 가와이이 미학은 1990년대와 2000년대에 걸쳐 글로벌화되면서 서양의 학계와 미술계의 주목을 받았다.⁵⁾

미국에서 1980년대에 부상한 소녀문화는 미국문화 자체가 갖는 파급력과 함께 세계적으로 확산되어 갔다. 따라서 미국의 소녀문화는 미국만의 특성을 갖기도 하지만 세계 각지의 소녀들이 그것을 모방하기 때문에 현지에 맞게 혼종화된다. 이것은 미국 소녀문화의 글로벌라이제이션(globalization)으로서 미국 소녀문화는 소녀들의 보편적인 세대 문화가 되었다. 반면 일본의 소녀문화는 일본 소녀문화가 지닌 독특성 때문에 소녀라는 세대가 부각되기보다는 일본이라는 국적이 부각된다. 그리하여 일본 소녀문화는 일본의 독특한 문화로 자리매김 된다.

아이돌 문화의 창시, 만화와 애니메이션 스타일 이미지의 범람, 생활 상품의 과도한 팬시용품화, 끊임없이 개발되는 비실용적인 아이템들, 키덜트 이미지가 가득한 카탈로그식 화보집 등은 일본 소녀문화의 산물이다. 일본은 가와이이 미학에 포위되다시피 했다⁶⁾고 진단될 만큼 강력해진 일본 소녀문화의 영향력에 대해서 새런 킨셀라(Sharon Kinsella)는 소녀들(젊은 여성들이) 일본 대중문화와 소비문화를 접수했음을 보여주는 것으로 해석했다.⁷⁾ 1980년대 미국 소녀문화의 부상을 지켜본 새런 킨셀라이기에 가능한

5) 요모타 이누히코, 『가와이이 제국 일본-세계를 제패한 일본 ‘귀요미’ 미학의 이데올로기』, 장영권 옮김, 팬타그램, 2013, 197-202쪽.

6) 요모타, 같은 책, 7쪽.

7) 새런 킨셀라, 「1990년대 일본의 하위문화 연구-오타쿠와 아마추어 망가 운동」,

해석이다.

김중수도 일본발 소녀문화가 동북아시아 대중문화의 문화융합을 주도한다고 주장하면서 새린 킨셀라와 마찬가지로 대중문화 소비주체로서 소녀 세대의 부상을 강조한다. 새린 킨셀라(2000)와 김중수(2015) 모두 주변부 위치에 있었던 젊은 여성들인 ‘소녀’가 대중문화의 생산과 소비의 주류로 등장했음을 강조한다. 이 주장은 일본의 소녀문화가 국경과 문화의 장벽을 쉽게 넘는 요인을 소녀 연령대의 소비층 형성으로 보고 있다. 이러한 설명은 앞에서 언급했던 미국발 소녀문화에 적용시켜볼 수 있는 것이지 일본의 소녀문화에 적용시킬 수 있는 것은 아니다. 세대문화로서 소녀문화의 보편적 양상은 미국발 소녀문화와 결부되기 때문이다. 일본의 소녀문화는 세대로서 ‘소녀’보다는 ‘일본’이 부각된다.

독특한 시각 이미지를 제시하는 일본발 소녀문화는 서구에서는 기묘하게 인식되면서도 매혹당하는 대상이 되었다. 서구와는 달리 동아시아 지역의 이웃 국가들인 한국, 중국, 대만에서는 현지의 지역성에 맞게 변형되어 적극적으로 수용되는 양상을 보인다.⁸⁾ 한국의 케이팝 아이돌 문화와 키덜트, 레트로 소비의 아이템이 되고 있는 일본 키덜트 소품들, 대만과 중국에서 일본 소녀만화 원작의 드라마와 영화 제작 등은 일본의 소녀문화를 이제 동북아시아의 문화융합과 문화적 취향의 공유 현상을 보여주는 문화콘텐츠로 포착하도록 만들었다.⁹⁾

현재 일본의 소녀문화는 동아시아를 넘어 글로벌한 영향력을 행사하고 있다. 그리고 일본 소녀문화의 글로벌화는 가와이이 미학이 글로벌한 차원의 영향력을 갖게 되었다는 의미이다. 서양에서 ‘이상하고 유치한’ 것으로 폄하되었던 소녀문화의 가와이이 미학이 글로벌화 되는 데에는 시각 이미지가 핵심적이다. 가와이이 미학이 동원하는 시각 이미지가 서양에, 그리고 매스미디어를 통해 서양문화의 세례를 받았던 지역에 낯설지 않은 것이라는 점에 착안하면 해답이 보인다. 일본 소녀문화의 글로벌화는 서양 이미지

김민정 역, 『만화애니메이션연구』 4, 2000, 334-336쪽.

8) 김중수, 「21세기 동북아시아의 문화융합과 문화적 취향의 공유: <꽃보다 남자>의 유행 현상을 중심으로」, 『比較文化研究』 40, 2015.

9) 김중수, 같은 글, 45쪽.

를 동원한 일본색의 제거와 일본 애니메이션의 세계적인 성공에 기댄 측면이 크다.

일본이 세계적인 경쟁력을 지닌 만화와 애니메이션 덕분에 일본 만화와 애니메이션에 등장하는 이미지들은 글로벌한 차원의 친밀도를 획득했다. 일본 만화와 애니메이션의 그림체는 소녀만화를 기반으로 하는 것들이다.¹⁰⁾ 그리고 소녀만화의 그림체는 소녀 잡지에서 비롯되었다.¹¹⁾ 소녀 잡지의 그림체는 그 형성시기와 맞물린 유럽의 아르누보 스타일을 참조했다. 소녀 잡지의 삽화는 20세기 초 파리 패션잡지의 일러스트레이션을 모방했는데 이 패션 일러스트레이션이 아르누보 스타일 그림체이다. 이와 같이 일본 소녀문화의 서양적인 이미지 채택은 오랜 역사를 가졌다. 그리고 시간의 흐름에 따라, 시대의 맥락에 맞게 서양적인 내용과 이미지들이 새롭게 추가되면서 구축돼 왔다. 그 결과 일본 소녀문화의 핵심 이미지는 서양적인 내용으로 형성되어 글로벌하면서 동시에 그 자체가 일본적인 특성으로 인식되기에 이르렀다.

2. 가와이이 미학의 시각적 옥시덴탈리즘

일본 소녀문화가 동원하는 상징과 이미지가 서양적이라는 점은 자포니즘의 전통 안에서는 이질적이다. 자포니즘이란 일본 미학에 대한 서양의 매혹이자 동시에 그러한 서양을 겨냥한 일본 문화상품의 수출 전략이다.¹²⁾ 서양과 문화 교류의 과정에서 일본은 자포니즘을 통해 셀프 오리엔탈리즘을 구사해 왔다. 그런 전통과 달리 일본의 소녀문화는 옥시덴탈리즘을 구사한다. 여기서 옥시덴탈리즘이란 일본 소녀문화가 서양을 구성하는 방식과 내용을

10) 황의웅, 『서정화, 지브리 그림체의 출발점』, 돌도래, 2013, 5쪽.

11) 김소원, 「일본 소녀만화의 시각적 표현의 원류에 관한 고찰: 나카하라 준이치의 작품을 중심으로」, 『만화애니메이션연구』 18, 2010; 「나카가와 히로미(中川裕美), 『소녀 잡지로 보는 「소녀」상의 변천-만화는 「소녀」를 어떻게 그렸는가』, 『대중서사연구』 21(3), 2015; 「소녀 잡지의 등장과 순정만화의 장르확립」, 『대중서사연구』 22(3), 2016; 한상정, 「장식성의 반복적 출현에 대한 소고: 순정만화와 타 장르(포스터, 일러스트, 서정화, 소조망가)를 중심으로」, 『만화애니메이션 연구』 12, 2007 참조.

12) 마부치, 『자포니즘』, 최유경 역, J&C, 2004, 8-9쪽; 이택광, 「자포니즘, 그 이후: 서구와 비서구의 변증법」, 『일본비평』 13, 2015, 152-154쪽.

말한다. 일본 소녀문화의 핵심 시각 이미지가 서양적인 것은 소녀문화만의 특성으로 한정되지 않는다. 일본을 대표하는 문화상품인 애니메이션의 그림체가 소녀문화의 스타일을 차용하고 있고 게임이나 라이트노블 등 이른바 오타쿠계 서브컬처의 이미지 스타일도 소녀문화체 이미지를 채택하고 있기 때문이다. 일본 소녀문화의 그림체는 일본 서브컬처의 그림체에 가장 큰 영향을 미쳤다. 그로 인해 일본의 오타쿠계 서브컬처들이 보여주는 시각적 옥시덴탈리즘은 일본 문화상품의 특징이 되었다. 서양이 타자로서 동양을 구성하는 오리엔탈리즘에서 동양은 비하, 배척, 배제의 대상이지만¹³⁾ 일본 소녀문화가 서양을 구성하는 옥시덴탈리즘에서 서양은 동경의 대상이다. 서양은 시각적 아름다움으로 충만한 유토피아로 재현되었다.

일본의 문화상품이 션프 오리엔탈리즘 대신 옥시덴탈리즘을 구사하는 것은 일본 오타쿠계 문화상품의 일반적인 특징으로 언급된다.¹⁴⁾ 오타쿠계 문화의 옥시덴탈리즘의 출발점이 소녀문화이다. 따라서 일본 소녀문화의 옥시덴탈리즘을 분석하는 것은 일본 문화상품의 옥시덴탈리즘을 분석하는 것이 된다.

일본 소녀문화의 옥시덴탈리즘에는 서양에 대한 타자성이 배제되어 있지만 궁극적으로는 서양 자체를 낭만화, 이상화하는 것도 아니다. 서양적인 이미지를 동원하여 그 문화가 지향하는 가상의 판타지를 구성한다. 따라서 일본 소녀문화의 옥시덴탈리즘은 시각적 옥시덴탈리즘으로 한정된다. 소녀문화의 아름답고 비현실적이며 몽상적인 판타지는 손에 넣을 수 없는 신기루가 결코 아니다. 탐미주의에 집착하는 소녀문화의 판타지는 소비를 통해서 당장 현실화될 수 있다. 실현 불가능한 가상 세계로 끝나지 않는다. 귀여움과 사랑스러움이 과도하게 장착된 팬시소품들을 구매하면 누구나 구현할 수 있다. 그런 방식으로 소녀문화의 키치적이고 유아적이며 여성성이 과부하된 가와이이 미학은 일상의 유토피아를 지향한다. 미니어처의 세계, 노스텔지어의 세계, 소녀의 세계는 일상 안에서 유토피아를 구현한다.¹⁵⁾

13) 에드워드 사이드, 『오리엔탈리즘』, 박홍규, 교보문고, 2009, 13-29쪽.

14) 이와부치 고이치, 『아시아를 잇는 대중문화: 일본, 그 초국가적 욕망』, 하라타 유키에·전오경 옮김, 또 하나의 문화, 2004, 127-128쪽.

15) 요모타 이누히코, 『가와이이 제국 일본-세계를 제패한 일본 '귀요미' 미학의 이

일본 소녀문화가 발산하는 특유의 미학은 귀엽다, 조그맣다, 사랑스럽다, 예쁘다의 뜻을 지닌 일본어 가와이이(かわいい, 영어로는 kawaii 또는 cute)¹⁶⁾란 단어로 개념화 되었다.¹⁷⁾ 헬로키티(Hello Kitty), 세일러 문, 피카츄, 도라에몽, 리락쿠마 등은 세계적인 성공을 거둔 일본산 캐릭터이며 일본의 소녀문화를 대변하는 상품이자 가와이이 미학을 표현하는 아이템들로 인식된다.

산리오(Sanrio)社가 만든 캐릭터 헬로키티는 세계 캐릭터 시장에서 미국 월트 디즈니사의 미키마우스와 경쟁하고 있는 장수 캐릭터이다.¹⁸⁾ 헬로키티는 뉴욕 54번가에 진출하여 아동용 문방구나 펜시 문구 브랜드라는 이미지를 벗고 패션 명품 브랜드와 협업해서 세계적인 이슈가 되었다. 특히 2009년 미국의 추수감사절 퍼레이드에서 헬로키티 풍선이 뉴욕의 타임스퀘어 상공을 날아다닌 것은 일본 소녀문화의 글로벌화를 상징하는 것으로 회자되었다.¹⁹⁾ 일본 소녀문화의 세계적인 확산은 하버드 대학 안에 ‘큐티즘(Cutism) 연구’라는 그룹 스터디를 만든 계기가 되기도 했다.²⁰⁾ 프랑스 파리에서는 일본의 애니메이션 캐릭터를 모아 일본의 독특한 가와이이 미학을 조명하는 ‘Kawaii’ 전시회가 개최되었다.²¹⁾

토착 캐릭터 외에도 일본은 캐나다의 작가 루시 모드 몽고메리의 소설

데올로기』, 장영권 옮김, 팬타그램, 2013, 131-138쪽.

- 16) 요모타는 가와이이(かわいい)란 작은 것, 그리움을 자아내는 것, 어린 것, 귀여운 것, 사랑스러운 것의 미학으로 설명한다. 가와이이 미학은 성숙하고 세련된 여성의 미학인 우츠클시(うつくしい, 영어로는 beautiful)와 대비시켜 보면 그 의미가 명확해진다. 일본의 가와이이 미학은 서양에 팝컬처(pop culture)로 인식되어 일본식 멋스러움이라는 ‘Japan cool’로 개념화되었다(이와부치 고이치, 앞의 책, 106-118쪽). 이렇게 해외에서 재팬쿨로 인식되는 일본의 독자적인 가와이이 미학을 수출에 전략적으로 활용하지는 것이 일본 정부의 쿨재팬(Cool Japan) 정책이다(요모타, 같은 책, 29-30쪽).
- 17) 요모타, 같은 책, 28-29쪽.
- 18) 일본발 캐릭터 상품의 전체 매출은 연간 2조 엔을 넘는데 그중 키티 관련 상품은 60여 개국에서 판매되고 있으며 그 종류는 5만 가지가 넘는 것으로 알려져 있다(요모타, 같은 책, 202쪽).
- 19) 요모타, 같은 책, 27쪽.
- 20) 요모타, 같은 책, 22쪽.
- 21) 요모타 이누히코, 『가와이이 제국 일본-세계를 제패한 일본 ‘귀요미’ 미학의 이데올로기』, 장영권 옮김, 팬타그램, 2013, 22-23쪽.

‘빨강머리 앤’의 주인공인 앤(Anne)을 대중문화와 미디어 이미지로 성공시켜서 그것을 바탕으로 상업화, 상품화하여 ‘앤 산업’(Anne industry)²²⁾을 발전시켰다. 앤에 관한 책만 검색해도 213개의 자료가 검색되고 앤을 테마로 한 책으로만 도서관 하나를 꾸릴 수 있을 정도²³⁾로 알려졌다. 스위스를 대표하는 동화 <알프스 소녀 하이디>의 이미지도 독점²⁴⁾했으며 핀란드를 대표하는 캐릭터 무민(Moomin)을 활용한 다양한 상품으로 무민 붐을 일으켰다. 캐나다의 앤도, 스위스의 하이디도, 핀란드의 무민도 일본의 가와이이 미학을 담은 상품으로 팔려나가고 있다.

또한 한국에서 불었던 빈티지, 키덜트, 북유럽 소비를 돌아보면 별개의 유행으로 보였던 그 소비붐들이 실상은 일본을 매개로 서로 긴밀하게 연결되어 있음을 알 수 있다.²⁵⁾ 특히 일본의 가와이이 미학은 한국의 빈티지, 키덜트, 북유럽 소비를 관통하는 키워드라고 주장할 수 있을 정도로 중요한 개념으로 작동했다. 따라서 일본 가와이이 미학의 형성에 대한 연구는 한국 대중문화와 소비문화의 심층적인 분석에 반드시 필요한 작업이다. 그러나 한국에서 가와이이 개념은 일본 캐릭터 문화의 배후 미학 정도로 치부되며 단순하게 이해되는 실정이다.

국내에서 일본 가와이이 미학에 대한 연구는 일본 캐릭터 상품의 특징으로서 가와이이 개념을 소개한 김경희(2014)²⁶⁾, 한창호·이선영(2011)²⁷⁾의 연구, 패션의 가와이이 미학을 조명하는 염혜정(2015)²⁸⁾의 연구가 있다. 하

22) Ochi, Hiromi, “What Did She Read?: The Cultural Occupation of Post-War Japan and Translated Girl’s Literature”, *Frontiers of Gender Studies* 5. Hitotsubashi University. 2006, p.361.

23) Ibid., p.361.

24) 지바 가오리·가와시마 다카시, 『그림과 사진으로 풀어보는 알프스 소녀 하이디』, 남지연 옮김, 에이케이커뮤니케이션즈, 2017, 164쪽.

25) 한국에서 붐을 형성했던 빈티지, 키덜트, 북유럽 소비의 상호연관성에 대해서는 황성희, 「자포니즘으로서의 북유럽 소비에 대한 연구」, 『비교문화연구』 45, 2016 참조.

26) 김경희, 「글로벌을 향한 일본의 소프트 파워-가와이KAWAII 문화를 중심으로」, 『일본학연구』 42, 2014.

27) 한창완·이선영, 「일본식가와이 코드의 한·일 캐릭터 분석연구」, 『한국디자인포럼』 30, 2011.

지만 이들은 모두 가와이이 개념을 소개하는 정도에 머물고 있다. 일본 국내의 가와이이 미학을 분석한 요모타의 책이 번역되면서 가와이이 미학 개념을 본격적으로 다룬 연구를 접하게 되었다. 그런데 요모타의 연구는 가와이이 미학의 독특성에 함몰되어 가와이이 미학을 일본 고유의 것으로, 즉 전통적인 일본 미의식의 산물임을 강조한다. 일본 사회전체가 가와이이 개념에 포위되어 있다는 진단에 따른 당연한 귀결로 보인다. 하지만 그런 견해로는 일본 문화상품의 글로벌한 성공을 규명하지 못한다. 그리고 가와이이 미학이 소녀문화에서 발원한 소녀문화 고유의 미학임을 설명할 수도 없다. 가와이이 미학을 소녀문화가 독점할 수 없는 보편적인 일본의 미학으로 규정하기 때문이다. 무엇보다 요모타의 연구는 소녀적인 미의식의 상징이 서양적인 것으로 구성되어 있음을 간과하고 있다.

요모타는 일본 소녀문화의 가와이이 미학은 일본의 전통 안에 있는 오래된 미의식의 표현, 아동과 성인의 위계를 두지 않는 일본 문화의 전통을 이은 것으로 평가 한다.²⁹⁾ 그러나 일본 가와이이 미학의 성립을 일본 내적인 요인으로만 파악한다면 그 자체가 일본의 오래된 역사적 경험의 산물인 소녀문화가 형성한 미학이라는 사실을 부인하는 것이다. 가와이이 미학의 근본 줄기가 과연 어디서 왔는가를 파악해 보아야 한다. 일본의 만화와 애니메이션이 만들어내는 상징과 이미지는 일본과 서양의 지속적인 교류의 산물인 자포니즘의 결과이다. 자포니즘의 흐름 안에서 일본 소녀문화의 특징이 형성되어 가와이이 미학을 구성했으며 이것은 다시 대외적으로 자포니즘을 불러일으키는 순환의 고리를 형성하고 있다.

통상적으로 자포니즘에 대한 연구는 일본의 영향이라는 한 측면만을 파고든 일방주의에 대한 이야기였다.³⁰⁾ 그로 인해 이질적인 두 세계가 맞는

28) 염혜정, 「현대 일본 패션에 나타난 Kwaii 코드의 분석-도쿄 걸즈 컬렉션(Tokyo Girls Collection)을 중심으로」, 『일어일문학』 65, 대한일어일문학회, 2015.

29) 요모타 이누히코, 『가와이이 제국 일본-세계를 제패한 일본 '귀요미' 미학의 이데올로기』, 장영권 옮김, 팬타그램, 2013, 28-29쪽.

30) 강민정, 「자포니즘의 특성이 근대 디자인의 형성에 미친 영향」, 『한국디자인포럼』 3, 2011; 광보영, 「아르누보 장신구에 표현된 자포니즘 예술 특성」, 『복식』 59(7), 2009; 김선화, 「프랑스 인상주의에 끼친 자포니즘의 영향」, 『論文集』 37, 부산공업대학교, 1995; 김승연, 「일본의 우키요에가 19세기 후반 서양 미술사에 끼친 영향」, 『기초조형학연구』 13(4), 2012; 김현화, 「파리 근대사회, 근대미술, 호쿠사이(葛飾北齋)

관계의 상호성을 간과해 왔다. 자포니즘을 통해 일본과 서양, 두 세계가 서로에게 파고드는 상호침투성의 관점을 채택할 필요가 있다. 이점에서 자포니즘의 상호침투성을 강조한 이택광의 논의³¹⁾는 시사적이다. 따라서 문화 접촉의 상호침투성을 염두에 둔 이 연구는 일본 소녀문화의 가와이이 미학이 형성되는 데 자포니즘이 어떻게 관여해 왔는지를 밝히는 작업이기도 하다. 셀프 오리엔탈리즘이 아닌 옥시덴탈리즘을 구사하는 방식에 대한 연구는 일본 문화상품의 글로벌한 인기 현상에 대해 나름의 진단을 제시한다.

일본 소녀문화가 차용해온 서양적인 이미지는 아르누보, 디즈니, 빅토리아 스타일로 정리된다. 이 3가지는 일본의 소녀만화체 확립, 각종 생활소품 디자인에 적용되는 시각 이미지의 출처로서 큰 영향을 미쳤으며, 서양적인 것의 클리셰로 작동하여 일본적인 특징을 탈색시켰다. 일본 소녀문화의 시각적 옥시덴탈리즘이 창출한 일본색을 배제한 무국적성은 그 자체로 일본 문화상품의 특색이 되었다.

III. 일본 소녀문화의 서양 전유방식

1. 아르누보와 다이쇼 로망

아르누보는 자포니즘의 미학을 수용한 서양 예술의 스타일이다. 일본이 근대화란 이름으로 서양화를 추구하던 다이쇼 시대에 아르누보는 다시 일본에 역수입되어 일본의 잡지 표지, 삽화, 만화, 기모노, 포스터, 엽서 등 광

와의 만남: 자연에 대한 경의], 『미술사연구』 23, 2009; 김혜신, 「19세기 후반 서구 미술과 일본주의(Japonisme)」, 『현대미술사연구』 2(1), 1992; 김혜주, 「로망의 작품에 나타난 일본 무희의 이미지」, 『미술교육논총』 15, 2002; 신상철, 「자포니즘(Japonisme)의 근원과 1867년 파리 만국박람회: 프랑스 모더니즘 형성 시기 일본 미술의 수용 과정과 전시 고찰」, 『서양미술사학회 논문집』 4, 2012; 오장환, 「近代指向의 西洋藝術에서 오리엔탈리즘의 意味에 관한 研究-19세기 서양예술의 일본 취향, ‘자포니즘(Japonism)’을 중심으로 -」, 『대한건축학회논문집』 20(12), 2004; 최정환, 「19세기 유럽미술의 자포니즘(Japonism)과 그 영향」, 『역사와 사회』 30, 2004.

31) 이택광, 앞의 글, 160쪽.

범위한 분야의 스타일 확립에 깊은 영향을 미쳤다.³²⁾ 특히 아르누보 스타일 여성상으로 유명한 알폰소 무하(Alfons Maria Mucha)의 일러스트레이션은 ‘환상적인 서양풍’의 이미지를 구축하여 일본 소녀만화의 작화 스타일 확립에 큰 영향을 미쳤다. 알폰소 무하의 스타일은 배경 묘사에서는 식물의 유려한 곡선과 유기적 패턴 등 아르누보가 수용한 일본 미학의 영향이 짙게 드러나지만 인물은 전형적인 서양인으로서 동서양이 혼종된 이미지이다. 아르누보의 혼종적이며 국제적인 스타일은 소녀문화의 스타일이기도 하다. 아르누보 스타일의 인물화가 일본 소녀만화 그림체의 원류이지만 일본 소녀만화 그림체의 직접적인 기원은 일본 소녀 잡지의 삽화이다. 그리고 소녀 잡지의 삽화는 파리 패션잡지 일러스트레이션의 그림체를 모방한 것이고 패션 일러스트레이션은 아르누보 스타일의 그림체이다. 소녀 잡지의 삽화를 매개로 아르누보 스타일과 일본 소녀문화가 연결된다.

유럽으로 전파된 일본미학이 현지의 미학과 혼종되어 아르누보 스타일을 완성했는데 이 아르누보 스타일은 일본으로 역수입되어 다이쇼 시기 특유의 낭만적 정서를 강조하는 다이쇼 로망 스타일 완성에 기여한다. 아르누보와 그 뒤를 이은 아르데코 스타일을 일본적으로 재해석한 것이 다이쇼 로망(大正ロマン)³³⁾이다. 따라서 다이쇼 로망은 일본과 서양이 혼종된 아르누보가 다시 일본의 토착성과 혼종된 것이다. 다이쇼 로망이 아르누보에서 채택한 것은 여성성, 장식성, 환상성이다. 이 모든 요소는 소녀문화의 미학에서 핵심적인 요소들이 되었다.

일본인들에게 다이쇼 시대는 다이쇼 천황의 통치 시기인 1912년부터 1926년까지를 말한다. 민권주의 운동이 일어난 시기라서 다이쇼 데모크라

32) 김한나, 「상호문화주의(Inter-culturalism) 관점으로 본 자포니즘(Japonism) 연구: 근대 일본과 유럽 미술을 중심으로」, 중앙대학교 교육대학원 석사학위 논문, 2011; 김효진, 「엔틱 기모노 붐’을 통해서 본 기모노의 근대화와 재생」, 『비교문화연구』 17(2), 2011; 이경규·이행화, 「다이쇼 시대의 여성 복식에 나타난 서양화 현상」, 『日本近代學研究』 40, 2013 참조.

33) 다이쇼 로망(大正ロマン)은 일본에서 다이쇼 시대(1912~1926)를 낭만화된(romanticized) 시각으로 바라보고 표현하는 것을 말한다. 일본인들이 이 시대에 향수를 갖는 데 반해 일본의 침략을 겪은 한국 등 주변국가에서는 다이쇼 로망을 일본의 군국주의, 제국주의와 연관시켜 불편해 하는 시각이 존재한다.(<https://namu.wiki/w/>, 검색일: 2017년 12월 3일)

시로도 불린다. 메이지 유신 후 서양 문물 도입에 박차를 가하던 근대 일본은 다이쇼 시대에 접어들면서 새로운 전환점을 맞는데 산업사회와 그에 따른 도시대중의 급성장, 근대적 일상과 문화생활의 보급이 이루어졌다.³⁴⁾ 또한 이 시대는 일본이 서양화를 본격적으로 추진한 시기로 서양식 건축물들이 크게 증가하고 아르누보 건축 양식의 영향으로 유리를 인테리어에 활용했다. 서양 문물의 도입이 ‘문화생활’로 선전, 권장되었다.³⁵⁾ 유리는 빛과 반응하여 아르누보 양식의 환상성을 배가 시킨다. 그 때문에 레트로 소비에서 가장 사랑받는 아르누보 아이টে은 스테인드글라스이다. 아르누보의 유리 세공기법이 정점에 달한 스테인드글라스는 일본이 아닌 아랍권의 영향이지만 스테인드글라스는 일본에서 레트로 소품의 상징 아이টে으로 유통된다.

다이쇼 시대에는 카페 문화가 활성화 되어 여성들이 카페를 드나들며 차와 디저트를 즐기기 시작했고, 이미 메이지 시대에 등장한 빙수, 라무네³⁶⁾ 등 서양식 디저트 문화가 정착되었다.³⁷⁾ 패션 분야는 타 분야에 비해 서양화가 더디게 진행되어 일본 기모노에 부츠를 신는 등 화양(和洋) 절충식이 확산되었고 게이샤나 모던 걸 등 소수의 여성들만이 양장을 했다. 하지만 아르누보가 사랑한 화려한 꽃문양과 식물 줄기를 활용한 문양은 일본 기모노에 아르누보 패션의 영향을 각인했다. 이 때문에 다이쇼 시대의 기모노는 앤틱 기모노가 되어서 이것을 착용하고 도쿄 긴자를 걷는 것이 유행했다.³⁸⁾ 다이쇼 시대에 만들어졌거나 그것을 모방한 기모노를 아르누보 기모노라고도 부른다.

소녀문화를 탄생시킨 다이쇼 로망을 지배하는 것은 서양 이미지만은 아니다. 쇼와 레트로 스타일과는 달리 다이쇼 로망 스타일에서는 일본적인 이미지와 서양적인 이미지가 혼종되어 있었다. 그러나 시간이 흐르면서 소녀문화 이미지의 서양화는 더욱 강화되어 갔다.

34) 함동주, 앞의 글, 2010, 1쪽; 엘리스 K. 톱튼·존 클락, 『제국의 수도, 모더니티를 만나다 - 다이쇼 데모크라시에서 쇼와 모더니즘까지』, 이상우·최승연·이수현 옮김, 소명출판사, 2012, 165쪽.

35) 이경규·이행화, 앞의 글, 2013, 293쪽; 유모토 고이치, 앞의 책, 2004, 302쪽; 조던 샌드, 앞의 글, 2017, 212-213쪽.

36) 레모네이드를 의미하는 일본식 용어이다(유모토 고이치, 앞의 책, 2004, 310쪽).

37) 엘리스 K. 톱튼·존 클락, 앞의 책, 2012, 12; 유모토 고이치, 2004, 310-315쪽.

38) 김효진, 앞의 글, 29쪽.

2. 빅토리아 스타일과 소녀문화

빅토리아 스타일을 간략하게 정의, 정리하는 것은 불가능하다. 빅토리아 스타일 자체가 예술영역을 넘어 생활 전분야로 스며들었던 아르누보처럼 미술, 공예, 가구, 패션, 건축 등등 광범위한 영역에서 언급되기 때문이다. 따라서 빅토리아 스타일을 말할 때 영역을 한정해서 어느 분야에서의 빅토리아 스타일을 말하는지 명확히 해야 한다. 건축의 빅토리아 스타일, 패션의 빅토리아 스타일, 테이블 웨어의 빅토리아 스타일, 가구의 빅토리아 스타일 등으로 나누어 논의된다. 일본 소녀문화와 빅토리아 스타일을 연관 지을 수 있는 분야는 패션과 공예 분야이다. 특히 빅토리아 스타일의 패션은 소녀문화의 시각 아이콘 역할을 할 정도로 중점적으로 차용된다. 따라서 일본 소녀문화와 빅토리아 스타일을 연관시킬 때는 주로 패션 분야에 한정해서 이야기할 수 있다. 그리고 소품들은 탐미적인 일상생활의 재현에 필요하기 때문에 공예 분야도 끌어들이 수 있다. 패션에서 빅토리아 스타일은 1901년 빅토리아 여왕 시기 여성들의 옷차림에서 모티프를 얻은 패션으로 큰 프릴, 부폰 퍼프소매가 달린 블라우스(빅토리안 블라우스)나 프릴, 케이프 등이 중심이 되어 로맨틱하고 장식성을 강하게 표출하는 스타일이다. 장식적인 블라우스, 프릴, 레이스, 리본, 개더 등이 충분히 사용된 것이 특징이다.³⁹⁾ 빅토리아 패션을 대표하는 크리놀린 스커트 등은 얼핏 보면 가장 화려했던 로코코 스타일로 오해할 정도로 빅토리아 스타일은 화려하다. 빅토리아 스타일은 영국에서 만들어졌지만 영국의 식민지였던 신대륙 국가, 미국과 캐나다에 대대적으로 퍼져 나갔고 미국과 캐나다에서 국가정체성(nationality)을 상상하는데 동원되었다.⁴⁰⁾ 영국의 가장 풍요로운 시기를 상

39) 네이버 지식백과

<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1610109&cid=50345&categoryId=50345>,

검색일: 2017. 11. 15.

40) 미국과 캐나다에서 빅토리아 스타일이 민족주의를 구성하는데 동원되었던 것에 대해서는 Gammel, I. & Epperly, E., "Montgomery and the Shaping of Canadian Culture", *L.M. Montgomery and Canadian Culture*, University of Toronto Press, 1999; Howe, D.W., "American Victorianism as a Culture", *American Quarterly*, 27(5), University of California, Los Angeles, 1975.

징하고 영국의 뒤를 이어 세계제국이 된 미국과 캐나다의 ‘민족적’ 생활문화의 상징인 빅토리아 스타일은 일본에서 서양적인 것을 의미하는 클리셰이다.⁴¹⁾ 일본의 소녀문화는 서양풍 낭만적 공주의 세계와 신대륙 개척시대 소녀라는 두 개의 큰 흐름 속에서 화려한 영국의 빅토리아 스타일과 신대륙인 미국과 캐나다의 소박하고 일상적인 생활 속 빅토리아 스타일을 재해석했다.

특히 일본에서 재해석된 미국과 캐나다의 일상 속 빅토리아 스타일을 보여주는 것은 미야자키 하야오와 다카하타 이사오의 <세계명작극장 시리즈> 중 <빨간머리 앤>, <초원의 소녀 로라>와 이가라시 유미코의 <캔디 캔디> 등이다. 앤은 캐나다 소녀이고 로라와 캔디는 미국 소녀들이라서 애니메이션이나 만화 등에 작품의 배경이 되는 시대를 철저히 고증해서 당시의 스타일을 재현했다.

신대륙의 빅토리아 패션 스타일 중 소녀문화의 세계에서 사랑받으며 일상 패션에도 활용되는 것들은 몇 가지로 압축된다. 작은 꽃 무늬 원피스, 퍼프 소매, 원피스에 덧입는 에이프런, 밀짚모자, 보넷, 장화 혹은 워커화, 바구니 등이다. 이 스타일은 화려한 도시의 스타일이 아니라 목가적인 전원풍, 일명 코티지풍 혹은 컨츄리풍 스타일이다. 특히 식민지 빅토리아 스타일은 컨츄리풍과 뒤섞여 표현된다.

또한 일본 소녀문화는 특유의 가와이이 미학으로 빅토리아 스타일을 재해석한다. 우아하고 아름다운 성인여성의 패션이 아니라 귀엽고 사랑스러운 소녀풍으로 빅토리아 스타일을 전유한다. 소녀 취향의 빅토리아 패션 스타일은 미야자키 하야오와 다카하타 이사오가 <세계명작극장>의 소녀들을 통해 제시했다. 하지만 이들보다 훨씬 앞서 소녀 취향의 빅토리아 패션 스타일을 제시한 사례가 있다. 영국의 동화작가이자 삽화가인 케이트 그리너웨이가 구현한 세계이다. 케이트 그리너웨이의 작품 속 빅토리아 스타일의 아이렘들은 어린 시절에 대한 아련한 노스탤지어를 불러일으킨다. 케이트 그리너웨이의 그림책이 어린이를 위한 동화가 아니라 어른을 위한 동화로

41) 황성희, 「앤틱 소비를 통해서 본 서양의 의미 변화: 온라인 소비에서 나타나는 옥시덴탈리즘을 중심으로」, 전북대학교 고고문화인류학과 박사학위 논문, 2014, 87쪽.

불리는 이유다.⁴²⁾ 어린 시절을 시각적으로 낭만화한 케이트 그리너웨이의 이미지들은 소녀의 세계를 낭만화하는 소녀문화 안으로 유입되어 소녀문화의 판타지를 구성하는 이미지들로 활용된다.

빅토리아 시대의 동화 삽화가 케이트 그리너웨이와 일본 소녀문화와의 연관성에 대한 기존의 연구는 없다. 그리너웨이의 삽화와 일본 소녀문화의 이미지들을 연관시킨 구체적인 논의는 앞으로의 과제이다. 그러나 케이트 그리너웨이의 전기에서 그리너웨이의 작품이 유럽과 미국 이상으로 극동(Far East)에서 인기를 누렸다⁴³⁾고 말하는 부분이 시사점을 준다. 이 전기의 출판년도가 1991년임을 감안할 때 시기적으로 그리너웨이가 창작한 이미지들이 서양만큼 사랑받았던 극동 지역은 당시의 사회 경제적 상황을 감안할 때 일본이다.

그리너웨이가 재현한 빅토리아 시대 영국 중산층의 일상생활 풍경은 일본 소녀문화가 판타지를 구현하는 데 동원한 시각 이미지들의 주요 출처가 되었다. 그리너웨이는 그림으로 티타임, 일상 놀이, 파티, 기념일, 피크닉 등의 모습을 간결하지만 장식적으로 재현했고, 거기에 동원되는 빅토리아 시대의 생활 소품들은 빈티지와 키덜트 문화의 아이템들이 되어왔다. 하이 웨이스트의 느슨하게 흐르는 드레스 실루엣, 아기 모자인 보넷, 프릴, 레이스, 리본, 긴 레이스 장갑, 다양한 여성용 모자, 바구니, 파라솔, 부채 등은 일상 용품이자 팬시용품이었다. 이런 용품들은 빅토리아 여왕 시기 당시 영국 중산층들이 일상생활에서 실제 사용한 물품들이지만, 이것들이 케이트 그리너웨이의 삽화로 재현되면 현실을 벗어나 판타지의 세계를 구축한다. 케이트 그리너웨이의 극사실주의적 묘사는 역설적으로 사실주의가 배제된 낭만주의 세계를 완성한다.⁴⁴⁾ 극사실주의를 통해 판타지를 표현하는 것은 미야자키 하야오와 다카하타 이사오가 구축한 지브리 애니메이션의 스타일이기도 하다.

최초로 키덜트 세계를 예술적으로 표현한 사람도 케이트 그리너웨이이다.

42) Taylor, Ina, *THE ART OF KATE GREENAWAY-A NOSTALGIC PORTRAIT OF CHILDHOOD*, Gretna, PELICAN PUBLISHING COMPANY, 1991, pp.11-12.

43) Ibid., p.8.

44) Ibid., p.8.

자신이 경험했던 어린 시절에 대해 깊은 향수를 지니며 어린 시절을 아름답게 재현한 케이트 그리너웨이는 피터팬 그 자체였다.⁴⁵⁾ 화려한 의상을 위해 여성의 몸을 억압했던 빅토리아 시대의 여성복식에 거부감을 가져서 자신만의 소박하지만 개성 있는 패션 디자인을 추구한 어머니에게 깊은 영향을 받았다. 그리너웨이의 어머니는 옷을 주문받아 만들어 파는 가게와 여성 모자 가게를 운영하여 가족의 생계를 도왔다.⁴⁶⁾ 어머니가 만들어주었거나 판매했던 어린 시절의 복장들을 비상한 기억력으로 재현한 케이트 그리너웨이의 삽화 속 복장은 커다란 대중적 인기를 끌었다. 유럽과 북아메리카, “양대륙 어린이들을 입혔다”⁴⁷⁾는 평가를 받을 정도로 아동복 디자인으로서 그리너웨이의 일러스트레이션은 각광 받았다. 케이트 그리너웨이가 그린 어린이 모습, 그들의 패션과 소품 등은 일본 소녀문화의 세계를 예언한 모습이라고 말해도 무방하다.

빅토리아 시대, 케이트 그리너웨이, 일본 소녀문화의 핵심 연결고리는 팬시용품이다. 팬시용품의 기원은 빅토리아 시대로 거슬러 올라가는데 여기에 대한 자세한 논의는 또 다른 연구를 필요로 한다. 소녀문화의 상징인 팬시용품 중 이 시기의 발명품이 바로 크리스마스 카드이다. 크리스마스 카드는 최초로 영국 런던에서 1843년에 등장했다.⁴⁸⁾ 케이트 그리너웨이의 삽화도 크리스마스 카드로 만들어져 팔려나갔다. 크리스마스 카드는 일종의 그림엽서로서 장식적인 소녀문화에 딱 들어맞는 아이템이다. 소녀문화에서는 한번 쓰고 버리는 일회용 종이를 장식적으로 표현하는 데 몰두한다. 온라인의 수입 소품샵이나 소녀 감성의 문구샵 등을 돌아보면 디자인을 앞세운 메모지 종류가 매우 다양하고 사랑받고 있다는 사실을 알 수 있다.

여기서 장식성을 극대화시키는 케이트 그리너웨이의 묘사법을 언급하지 않을 수 없다. 바로 삽화 속 장면을 테두리를 둘러 장식하는 방법이다. 한 장면을 그린 후 마무리로 그 장면을 사각형이나 원모양의 패튼을 만들어 에워싸서 장식하는 것을 말한다. 테두리에 그렸기 때문에 테두리 그림, 테두

45) Ibid., p.8.

46) Ibid., p.20.

47) <https://100.daum.net/encyclopedia/view/v27art082>, 검색일: 2018. 11. 20.

48) <http://100.daum.net/encyclopedia/view/b22k0542a>, 검색일: 2018. 12. 2.

리 장식이라 부르는데, 이 테두리 그림을 사용하면 그림의 장식성이 증폭되어 장식적 묘사로는 매우 효과적인 기법이다. 테두리 그림의 소재는 물론 다양하다. 작은 꽃송이들로 테두리를 만들거나, 줄기, 가지, 리본, 티타임 용기, 주방도구들을 연결시켜 그리기도 한다. 마치 액자의 테두리를 장식하듯 테두리 그림은 본 장면을 장식한다. 테두리 그림을 사용하면 장면이 훨씬 장식적으로 변해 특별한 느낌을 준다. 평범한 그림도 테두리 장식으로 마무리하면 특별한 그림으로 느껴지는 것처럼 평범한 일상도 귀엽고 예쁜 소품들로 채우면 특별하게 느껴진다. 그래서 소녀문화의 삽화나 도안은 테두리 장식을 사랑한다. 케이트 그리너웨이가 구사한 이 테두리 장식을 가장 창의적이고 적극적으로 활용한 삽화가이자 도안가는 미국의 동화작가 타샤 튜더이다.

케이트 그리너웨이의 삽화 속 어린이들은 베이비 돌 실루엣이라는 소녀문화에서 중시하는 선을 제시했다. 그리너웨이의 베이비 돌 라인은 미국에서 어린이 세계를 그릴 때 활용되었다. 오동통한 육등신 몸매, 귀여운 보넷 모자, 프릴, 에이프런 원피스 등은 베이비 돌 실루엣의 특징이다.

케이트 그리너웨이의 삽화 못지않게 빈티지와 키덜트 스타일에 시각 아이콘을 제공한 작가는 미국의 동화작가이자 삽화가인 홀리 하비이다. 홀리 하비는 작가 자신의 이름을 딴 삽화 속 캐릭터이고, 푸른 보넷, 패치워크 에이프런 원피스, 워커화가 시그너처 스타일이다. 홀리 하비는 자신이 시골에서 보낸 어린 시절을 빈티지와 컨츄리 스타일의 도안과 일러스트레이션으로 재현했다. 미국에서 만들어진 홀리 하비의 일러스트레이션은 1970년대 중반 일본에서 광풍으로 표현될 정도의 인기를 끌었다.⁴⁹⁾ 그래서 홀리 하비의 일러스트레이션을 다양하게 활용한 일본 제품들이 많이 출시되었다. 빅토리아 스타일은 아니고 컨츄리 스타일인 홀리 하비는 빈티지 도안의 아이콘이 되었다. 일본의 소녀문화에서는 빅토리아 스타일과 컨츄리 스타일이 뒤섞이기⁵⁰⁾ 때문에 홀리 하비에 대한 언급이 필요하다. 일본 소녀문화

49) https://story.kakao.com/_8Ecqn/fFQE96E6Dk0, 검색일: 2018. 11. 30.

50) 일본 소녀문화가 빅토리아 스타일을 컨츄리 스타일로 뒤섞는 것은 캐나다의 빅토리아 스타일인 빨강머리 앤을 컨츄리 풍으로 해석하는 것에 잘 드러나 있다 (Ochi, op.cit., p.361).

가 재해석한 빅토리아 스타일은 신대륙의 컨츄리 스타일을 뒤섞은 것이다.

영국의 케이트 그리너웨이가 촉발한 키덜트의 세계, 귀엽고 사랑스러운 소녀의 세계는 일본 소녀문화의 정점인 팬시용품과 맞닿아 있다는 점을 앞에서 언급했었다. 고려대 한국어대사전에 따르면 팬시용품이란 “문구류나 생활용품 따위에 디자인과 패션을 가미시킨 여러 가지 물품”을 지칭한다.⁵¹⁾ 팬시용품의 기원과 발전 과정에 대해서는 이 글과 별도의 연구가 필요하다. 빅토리아 시대가 팬시용품의 기원인지에 대해 조사가 필요하지만 현재 엔틱으로 남아있는 빅토리아 시대의 생활소품, 드라마, 소설, 영화로 재현되는 빅토리아 시대의 모습을 볼 때 당시 여성들이 팬시제품들을 향유했음을 알 수 있다. 케이트 그리너웨이가 재현한 빅토리아 시대의 일상생활 소품들은 그 자체로 팬시용품이 된다. 로코코와 비교될 정도로 화려했던 빅토리아 시대에는 일상용품에 디자인이 적극 적용된 팬시소품이 가득한 시기였다.

일본 소녀문화의 주된 특징은 일상생활 용품의 팬시용품화이다. 일상생활 안에 판타지를 구현하기 위해 소녀문화는 빅토리아 스타일 이미지를 적극 활용해 왔다. 케이트 그리너웨이가 꽃과 나무, 풀, 귀엽고 예쁘게 차려입은 어린이와 여성들, 생활소품들에 대한 섬세한 극사실주의적 묘사로 구현한 일상 속 판타지는 일본 소녀문화의 핵심이다. 그 판타지는 소녀잡지, 소녀문화, 재패니메이션, 키덜트 자카 소품 등을 통해 전개되었다. 소녀문화의 가와이이 미학의 귀결점은 장식성이다. 소녀문화 속 이미지들은 단순화된 실루엣을 사용하거나 정교한 묘사를 구사하거나 모두 장식성을 지향한다.

패션과 생활소품 분야의 빅토리아 스타일을 현대적으로 재현한 브랜드도 유독 일본에서 인기를 끌었다. 영국의 패션과 홈인테리어 브랜드인 로라 애슐리(Laura Ashley)와 캐스 키드슨(Cath Kidston)은 모두 빅토리아 양식을 재현한 직물과 생활 소품 디자인으로 유명하다.⁵²⁾ 두 브랜드 모두 직접적으로는 1950년대 영국 코티지풍을 재현하고 있지만 그것을 통해 빅토리아 스

51) 네이버백과

<https://ko.dict.naver.com/#!/search?query=%ED%8C%AC%EC%8B%9C&range=all>, 검색일: 2018. 12. 3.

52) 로라 애슐리에 대해서는 다음백과

<https://100.daum.net/encyclopedia/view/b15a0259a>, 캐스 키드슨에 대해서는 <패션비즈> 기사 <http://www.fashionbiz.co.kr/article/view.asp?idx=120829> 참조.

타일을 현대적으로 재해석한 것으로 평가받았다. 특히 화려한 꽃 무늬와 사랑스러운 도트 문양을 디자인 전면에 내세우는 두 브랜드는 소녀적인 낭만, 빈티지함, 자연주의 등의 컨셉으로 어필하며 사랑받았다. 특히 영국 현지 못지않게 일본에서 사랑받은 브랜드로 알려져 있다. 이 두 브랜드에 대한 일본의 열광⁵³⁾은 두 브랜드의 아시아 판권을 한동안 독점할 정도였다. 따라서 로라 애슐리, 캐스 키드슨과 같이 빅토리아 스타일의 의상과 생활소품을 현대적으로 재해석한 브랜드가 제공하는 시각 이미지들이 일본 소녀문화에 직간접적인 영향을 줄 수밖에 없다.

3. 재패니메이션 스타일의 구축

3-1. 디즈니와 베이비 돌(baby doll) 실루엣의 차용

‘신화 속 여신’ 같은 알폰스 무하의 아르누보 스타일을 차용한 전형적인 소녀만화(순정만화)의 주인공과는 또 다른 사랑스러움을 보여주는 소녀문화의 시각 스타일이 있다. 아름다움보다는 귀여움과 사랑스러움이 강조된 소녀가 주인공인 일본 만화의 또 다른 흐름은 디즈니 그림체의 영향이다. 한국 순정만화의 관객층을 넓혀 놓은 <들장미 소녀 캔디>⁵⁴⁾에도 디즈니 애니메이션의 그림체가 스며있다. 디즈니 그림체는 주인공 캔디와 캔디의 반려동물로서 큰 사랑을 받았던 너구리 크림에게서 찾아볼 수 있다.

일본에서 디즈니를 모방한 그림체를 처음 선보인 사람은 일본 망가의 대부로 알려진 데즈카 오사무였다. 일본 최초의 장편 소녀만화인 데즈카 오사무의 <리본의 기사> 1편을 보면 여주인공 사파이어 공주는 미키마우스 얼굴에 바지로 변형된 백설공주 복장을 하고 피터팬 복장의 하인을 거느리며 빨강 망토의 모험을 한다.⁵⁵⁾ 일본 소녀만화의 효시인 <리본의 기사>는 서

53) 로라 애슐리 브랜드에 대한 일본의 열광은 매장 수로도 확인된다. 현재 로라 애슐리의 매장 수는 본사가 있는 영국이 205개이고 일본이 그 뒤를 이어 119개로 해외에서 가장 많다. 로라 애슐리 코리아 홈페이지 <http://www.lauraashley.co.kr> 참조.

54) 박인하, 『누가 캔디를 모함했나-순정만화 맛있게 읽기』, 살림, 2000, 77-78쪽.

55) 일본 장편 소녀만화의 출발점은 데즈카 오사무의 <리본의 기사>(リボンの騎士)

양의 동화 내용과 디즈니 그림체로 가득 차 있다. 초창기 데즈카 오사무의 단계에서는 일본적인 독특함은 아직 나타나지 않고 모방하는 단계에 머물러 있었다. <리본의 기사>에 등장하는 디즈니 캐릭터의 둥글고 귀여운 선, 귀엽게 형상화된 작은 숲속 동물들은 디즈니의 고전 애니메이션 <밤비>를 연상시킨다. 실제로 데즈카 오사무가 디즈니의 <밤비>를 극장에서 수십번 본 것은 유명한 에피소드이다.⁵⁶⁾ 데즈카 오사무의 단계에서 일본 소녀만화는 디즈니의 모방에 가까운 이미지를 제공했고 이후 미야자키 하야오 일행이 서양적 이미지를 중심축으로 하고 여기에 자신들의 독특한 스타일을 가미하여 재패니메이션의 시각적 정체성을 구축했다. 미야자키 하야오의 지브리 스튜디오의 그림체는 재패니메이션을 대표하는 그림체로 평가받는다.⁵⁷⁾

디즈니에서 차용한 스타일은 일본 만화와 애니메이션에 귀여움과 사랑스러움을 배가시킨다, 그 스타일이 만드는 환상성은 아르누보의 비현실적인 일러스트레이션이 만들어내는 환상성과 유사하면서도 다르다. 아르누보 스타일의 초현실적인 환상성보다는 케이트 그리너웨이의 일러스트레이션이 보여주는 단순함이 만들어내는 미학을 드러낸다. 더 귀엽고 사랑스럽다는 측면에서 아르누보 스타일보다는 디즈니 스타일이 가와이어 미학에 부합된다.

디즈니와 같은 역할을 했던 것이 미국 출판사 랜덤 하우스의 ‘골든북(My Little Golden Books)’ 시리즈이다.⁵⁸⁾ 리틀 골든 북 시리즈가 일본 소녀문화의 세계로 유입된 증거는 일본산 빈티지 수입 소품샵에서 판매하는 빈티지 북을 통해 유추할 수 있다. 과거 일본에서 제작, 판매된 상품들을 카탈로그 식으로 정리한 책들이 많은데 그 도안들의 이미지는 골든 북 일러스트레이션과 동일하거나 유사한 것이 많다. 또한 미국산 중고서적으로 미국의 빈티

이다(박인하, 위의 책, 38-39쪽). 이 작품은 고단샤의 『소녀 클럽』에서 1953년부터 1956년까지 연재되었으며, 3권의 단행본으로 출간되었다. 이후 데즈카 오사무의 무시 프로젝트인 텔레비전 애니메이션 시리즈를 제작하여 1967년부터 1968년까지 방송했다. 따라서 국내에서 출판된 <리본의 기사>와 그 애니메이션 버전 <사파이어 왕자>를 시청하면 데즈카 오사무의 <리본의 기사>의 스타일이 디즈니 모방임을 파악할 수 있다.

56) 야마구치 야스오, 『일본 애니메이션 역사』, 김기민·황소연, 미술문화, 2005, 87쪽.

57) 황의웅, 앞의 책, 5쪽.

58) 랜덤하우스의 My Little Golden Book about God(2000) 등 시리즈 참조.

지 제품인데도 국내 온라인 수입소품 사이트를 조사해 보면 일본에서 수입된 일본 빈티지 소품으로 판매된다. 미국에서 제작되었으나 일본으로 유입되어서 빈티지가 된 물품들이다. 또는 미국산을 일본에서 모방해 만든 제품이 빈티지로 남아있는 경우이다.

이 ‘리틀 골든 북’ 시리즈는 1942년에 랜덤하우스가 권당 25센트, 서점 외의 장소 판매라는 획기적 마케팅으로 미국 출판계에 돌풍을 일으켰다.⁵⁹⁾ 금박으로 테두리를 하여 화려하면서도 튼튼한 표지, 파스텔톤의 몽환적인 분위기의 삽화가 특징이다. 골든 북 시리즈의 이미지들은 일명 ‘베이비 돌(Baby Doll)’로 불리는 오동통한 ‘아기 실루엣’을 보여준다. 패션사에서 베이비 돌이란 부풀린 반팔 소매, 짧고 풍성한 바지와 같이 입는 짧은 길이의 드레스이다.⁶⁰⁾ 이 실루엣은 미국의 상업 포스터나 상품 표지에 유아동의 이미지로 활용되었다. 빈티지 스타일이 유행했던 2000년대 이후 베이비 돌 실루엣은 빈티지를 상징하는 기호가 되었다. 베이비 돌 실루엣의 아기나 어린이는 파란 눈의 금발로 전형적인 서양 백인 이미지이다. 하지만 한국에서 유통되는 빈티지 아이템의 경우 미국보다는 일본에서 제작, 유포된 것들이 훨씬 많다. 더구나 미국과 일본의 빈티지 제품들을 그대로 다시 만든, 이른바 ‘복각’ 상품이 일본에서 생산되어 국내로 유입되고 있다.

베이비 돌 실루엣이 적용된 인형으로서 빈티지와 키덜트 매니아들에게 사랑받는 인형이 있다. 고무로 만들어져서 러버돌 혹은 러버돌(rubber doll)로 불리는 고무 인형인데 전형적인 서양의 아기 얼굴 혹은 유아기를 막 벗어난 어린아이 모습이며 빨강, 파랑, 노랑, 분홍색이 주로 사용된다. 이 러버돌을 그 모양 그대로 플라스틱으로 만든 것들까지 유통되어 키치의 정서를 자극하고 있다. 플라스틱으로 만든 러버돌은 1971년 일본의 한 공장에서 처음 만들어진 것으로 알려졌으며 빈티지 소품으로 인기를 끌자 ‘복각’이란

59) <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=bookwarehous&logNo=40208246162>, 검색일: 2018. 12. 6.

60) 베이비 돌 패션은 20세기 초 의상, 액세서리, 아기 옷, 인형 옷에 많이 이용되었다. 1950년 여배우 캐롤 베이커가 출연한 ‘베이비 돌’이라는 영화로 더 유명해졌고 1950년대에 미국의 패션 디자이너 앤 포가티(Ann Forgarty)에 의해서 소개되었다. (다음 백과사전 <http://100.daum.net/encyclopedia/view/117XX48903016>, 검색일: 2018. 11. 24.)

명분으로 다시 생산되고 있다.⁶¹⁾ 사람외에 동물들도 러버들로 만들어졌다. 동물 러버들의 대명사는 노란 고무 오리, 일명 러버덕(rubber duck)이다. 그러나 빈티지 문화에서 가장 유명한 동물 러버들은 아기양 인형⁶²⁾이다.

<세계명작극장> 시리즈인 <알프스의 소녀 하이디>와 <플란더스의 개>의 등장인물들 모습도 베이비 돌 스타일이다. 베이비 돌 스타일은 한국여성들이 좋아하는 일본 소품 브랜드인 스위머, 초코홀릭의 핵심 스타일이기도 하다.⁶³⁾ 베이비 돌 실루엣은 일본의 가와이이 미학에 포섭되어 소녀들의 팬시 소품의 디자인으로 애용되었다.

디즈니와 베이비 돌 실루엣을 차용한 일본의 대표적인 잡화 브랜드는 스위머(Swimmer)와 그 자매 브랜드인 초코홀릭(Chocoholic)이다. 따라서 스위머 본사의 온라인 샵과 한국의 온라인 일본 수입소품 사이트에 올라와 있는 스위머와 초코홀릭 제품들, 스위머社의 30주년을 기념하는 무크지⁶⁴⁾를 조사해 보면 이 브랜드의 핵심 이미지가 베이비 돌 실루엣임을 파악할 수 있다.

스위머 브랜드는 많은 매니아 층을 갖고 있는 키덜트 브랜드이지만 산리오의 헬로키티, 산엑스의 리라쿠마 같은 메인 캐릭터가 없다. 지속적인 사랑을 받으며 글로벌한 인기를 축적할 수 있는 메인 캐릭터의 공백을 스위머 특유의 귀여운 동물들이 메운다. 노루, 사슴, 토끼, 다람쥐, 새 등이 베이비 돌 실루엣으로 표현되어 브랜드의 메인 캐릭터 역할을 한다. 새 종류는 아름다운 백조, 고니 등이 채택된다. 이 동물들은 딸기, 체리 등 앙증맞은 과일들, 리본, 꽃잎, 도트 문양 버섯과 함께 베이비 돌 실루엣에 홀리 하비 복장을 한 소녀들 옆에 배치된다. 가능하면 작고 동글동글하고 단순화된 선에 파스텔조의 색채를 덧입어 몽환적인 분위기를 만든다. 스토리가 필요하다면 ‘이상한 나라의 앨리스’, ‘빨간 망토’ 등 친숙한 서양 동화의 내용을 차용한다.

61) <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=bibiroo724&logNo=206051553>, 검색일: 2018. 11. 24.

62) 이 인형의 이름은 베이비 램 메이다.

63) 황성희, 앞의 글, 459쪽.

64) 일본 자카(雜貨) 브랜드인 스위머와 그 자매 브랜드인 초코홀릭은 2018년 1월에 폐업했다.

3-2. 지브리 스타일의 확립

일본 애니메이션 그림체의 하나로서 재패니메이션을 대표하는 그림체이자 한국에서도 친숙한 그림체가 미야자키 하야오의 지브리 스튜디오 작품들의 그림체, ‘지브리 그림체’이다.⁶⁵⁾ 지브리 그림체의 기원은 일본 소녀잡지의 서정화를 매개로 서양에 닿는다. 지브리 그림체는 서정화의 전통에서 나왔고 서정화라는 장르는 아르누보의 영향을 받았기 때문이다. 도에이 동화(東映動畵)사에서 일본 서정화의 전통이 스며든 작화 스타일을 익힌 미야자키 하야오는 동료 다카하타 이사오와 함께 만든 <세계명작극장>(世界名作劇場) 시리즈⁶⁶⁾를 통해 지브리체, 즉 미야자키 하야오 스타일을 완성한다.⁶⁷⁾ 미야자키 하야오와 다카하타 이사오의 <알프스의 소녀 하이디>(アルプスの少女ハイジ) 등 <세계명작극장> 시리즈, 미야자키 하야오의 첫 번째 장편 애니메이션 작품이며 배경과 소품 묘사의 극사실성으로 유명한 <루팡 3세: 칼리오스트로의 성 (Lupin III: Castle Of Cagliostro, ルパン三世カリオストロの城)>⁶⁸⁾ 등은 지브리 스타일의 귀여운 인물들을 정교하게 묘사된 서양의 생활소품들을 배경으로 배치했다.

지브리 스타일로서 소녀적인 생활소품, 즉 ‘소녀양품(小女良品)’의 세계를 구현하는데 가장 많이 활용되는 이미지의 출처는 다카하타 이사오의 <빨강머리 앤> 시리즈이다. 다카하타 이사오의 <빨강머리 앤>은 애니메이션의 캐릭터와 이미지를 활용한 다양한 상품들을 파생시켜서 이른바 ‘앤 산업’(Anne industry)⁶⁹⁾을 구축한 것으로 평가 받는다. 그 만큼 <빨강머리 앤> 속 캐릭터들은 다양한 생활소품과 팬시용품의 디자인에 활용되었다.

다카하타 이사오의 애니메이션 <빨강머리 앤> 시리즈의 미술 담당이었던 이오카 마사히로의 화보집 <빨강머리 앤이 있는 풍경>(赤毛のアンやハイジのいた風景)을 보면 미야자키 하야오와 다카하타 이사오가 얼마나 배

65) 황의웅, 앞의 책, 5쪽.

66) 세계명작극장시리즈는 닛폰 애니메이션 사에서 제작한 애니메이션 프로그램 시리즈이다. 세계적으로 널리 알려진 소설과 동화들을 원작으로 만들었다.

67) 황의웅, 앞의 책, 18쪽.

68) 조성기, 『아니메에서 일본을 만나다』, 어문학사, 2009, 41-43쪽.

69) Ochi, 2006, op.cit., p.361.

경의 극사실주의에 대해 집착했는지 알 수 있다. 이오카 마사히로는 이 화보집에 나와 있는 <빨강머리 앤>의 풍경을 그리면서 앤의 고향인 캐나다의 프린스 에드워드를 방문하지 못했다. 대신 작가 자신의 고향인 홋카이도의 풍경을 참고하여 프린스 에드워드 섬을 재현했다.⁷⁰⁾ 풍경을 가공하는 것이 아니라 반대로 실제 현실을 극사실주의로 묘사, 재현하여 판타지를 만드는 방식이다. 지브리체를 구축한 사람들은 배경의 디테일과 정확성 구현에 몰두했다. <루팡 3세: 칼리오스트로의 성>에서 극사실주의적 배경과 소품 묘사로 정평이 난 미야자키 하야오, 지브리 스튜디오와 독립적인 작품 <이웃집 야마다군>, <추억은 방울방울>에서 미야자키 하야오 못지않게 세심한 배경 묘사에 주력했던 다카하타 이사오의 방식은 앞서 언급했던 케이트 그리너웨이를 연상시킨다. 현실을 극사실주의적으로 묘사하여 판타지를 구성하는 것은 케이트 그리너웨이의 방식이었다. 극도의 리얼리즘을 추구하여 리얼리즘이 배제된 낭만적인 가상세계를 창출했다.

4. 일본 소녀문화의 판타지, 쇼와 레트로의 세계

일본 소녀문화의 정점을 보여주는 것은 쇼와 레트로의 세계이다. 쇼와 레트로 범주로 묶이는 생활소품이나 팬시 문구 용품들에 활용되는 디자인들을 살펴보면 그 동안 일본 소녀문화가 전유해 왔던 서양적인 요소들이 일본 소녀문화 고유의 특징으로 정착했음을 파악할 수 있다. 쇼와 레트로란 쇼와(昭和) 시대(1926~1989) 중후반인 1970년대와 80년대를 주제로 한 일본의 복고 마케팅을 지칭한다.⁷¹⁾ 한국으로 유입된 쇼와 레트로 상품들을 보여주는 블로그와 소품샵 사이트를 살펴보면, 쇼와 레트로를 주도하는 큰 줄기는 다카하시 마코토가 창시한 ‘로맨틱 소녀 스타일’과 베이비 돌 실루엣의 귀여운 스타일이다. 다카하시 마코토는 낭만적인 서양 공주풍 스타일로 유명하다. 다카하시 마코토의 소녀는 일본 소녀만화 고유의 스타일인 별빛으로 가득한 커다란 눈동자⁷²⁾에 화려한 공주풍 드레스를 입고 소녀들의 로망을

70) http://www.peachcanned.com/product/detail.html?product_no=447&cate_no=24, 검색일: 2018. 9. 8.

71) 한국경제, 2016. 1. 8.

자극한다.

다카하시 마코토의 ‘로맨틱 공주’ 스타일은 색깔이 채도가 매우 높은 빨강, 노랑, 핑크로 한정되며 빈틈없이 빼곡하게 장식된 드레스를 입고 있다. 드레스와 같이 장착한 액세서리들도 과장되게 장식적이어서 키치의 느낌을 준다. 아르누보의 초현실적인 서양 미인의 여성상이 얼굴 절반을 차지하며 별빛으로 가득 찬 눈을 가진 다카하시 마코토의 공주로 변하면서 키치의 분위기⁷³⁾가 고조된다. 그리고 바로 이 지점에서 일본 소녀문화 특유의 시각 이미지가 완성된다. 마치 가부키의 무거운 무대 의상과 메이크업을 한 배우 처럼 다카하시 마코토의 로맨틱 소녀는 지나친 장식 때문에 키치가 된다. 쇼와 레트로 아이템을 언급할 때 등장하는 “짹함”⁷⁴⁾이라는 표현은 이로부터 오는 것이다. 이 ‘짹함’이 키치, 빈티지, 키덜트의 느낌과 분위기를 배가시킨다. 반면 귀여움과 사랑스러움을 유발하는 베이비 돌 실루엣 이미지는 오히려 그 배경과 소품의 극사실주의적 묘사 때문에 ‘짹함’, 즉 ‘키치’의 정서가 덜 느껴진다. 대신 아련한 노스탤지어를 자극한다.

쇼와 레트로 소품들의 이미지 수집가인 우야마 아유미(宇山あゆみ)의 화보집들을 살펴보면 눈에 띄게 활용되는 이미지가 디즈니 출처의 밤비(Bambi)이다.⁷⁵⁾ 원래 오스트리아의 소설가 펠릭스 잘텐이 아기 노루 밤비를 창조했었는데 디즈니가 이것을 아기 사슴 밤비로 바꾸고 귀여움을 강조한 스타일로 만들었다. 그런데 정작 디즈니는 밤비가 아닌 미키마우스 중심으로 캐릭터 산업을 전개한 반면 일본의 소녀문화는 밤비 이미지를 대대적으로 활용하는 방식을 취했다. 일본 소녀문화의 가와이이 미학을 덧입은 밤비는 토끼, 다람쥐, 병아리, 아기 오리, 아기 곰과 더불어 사랑스럽고 귀여운

72) 박인하, 앞의 책, 38쪽.

73) 일본 소녀문화의 이미지는 그 과장성 때문에 키치 분위기를 발산한다. 미국에서 만들어졌지만 일본인이 원작자로부터 판권을 구입하여 일본 것이 된 블라이스 인형은 얼굴의 절반을 넘는 눈의 크기 때문에 나오는 키치 분위기로 유명하다.

74) <https://blog.naver.com/jy731109>, 검색일: 2018. 9. 2.
http://www.peachcanned.com/product/detail.html?product_no=801&cate_no=27&display_group=1, 검색일: 2018. 9. 5.

75) 宇山あゆみ, 想い出プリント大百科 AYUMI UYAMA COLLECTIONS, 河出書房新社, 2002; 少女スタイル手帖 新装版, 河出書房新社, 2011 참조.

가와이이 미학의 아이콘이 되어 쇼와 레트로와 키덜트 잡화 소품들을 장식했다. 밤비 이미지를 가장 적극적으로 활용하는 브랜드는 스위머와 초코홀릭의 상품들이다. 쇼와 레트로를 주제로 발매되는 다양한 빈티지 화보집이나 카탈로그들을 훑어보면 일본 가와이이 미학을 탑재한 밤비의 맹활약을 확인할 수 있다.⁷⁶⁾

이제 키덜트 문화에서 밤비는 디즈니 애니메이션의 캐릭터로서 보다는 일본의 1960~80년대를 상징하는 쇼와 레트로의 아이콘이 되었다. 디즈니 애니메이션을 대표해 온 미키 마우스가 아닌 밤비가 일본 소녀문화의 선호 이미지가 된 것은 생쥐인 미키 마우스보다는 사슴인 밤비가 더 소녀 감성과 어울리기 때문이다. 또한 미국식 유머와 활력을 지녀서 남성적인 미키 마우스보다는 한 마디의 대사도 없이 큰 눈만 깜빡이는 ‘청순한’ 밤비가 소녀 이미지에 부합하기 때문이 아닐까?

IV. 일본 소녀문화의 장식성의 의미

지금까지 일본 소녀문화의 가와이이 미학은 서양을 전유하여 형성해 왔음을 살펴보았다. 일본 소녀문화의 시각 이미지는 시간이 경과하면서 일본의 독특한 스타일로 확립되었다. 일본적인 독특성은 과도한 장식성에 있었고 그로 인해 키치의 분위기를 발산하게 되었다. 또한 그 장식성은 가상성으로 연결되어 ‘판타지’를 완성한다.⁷⁷⁾ 소녀문화의 흡입력은 과장과 과잉을 통해 일상을 탐미적으로 구성하여 실현가능한 판타지를 완성하는 데 있다.

가와이이 미학의 구성과정에서 중심적인 내용을 제공해 온 아르누보, 디즈니 애니메이션, 빅토리아 스타일 중에서 아르누보와 빅토리아 스타일은 그 자체가 장식성을 강조하는 양식이다. 디즈니는 장식성을 강조하는 것은

76) 宇山あゆみ, 2002 참조.

77) 한상정, 「장식성」의 반복적 출현에 대한 소고 : 순정만화와 타 장르 (포스터, 일러스트, 서정화, 소조망가)를 중심으로, 『만화애니메이션 연구』 12, 2007, 45-46쪽; 「순정만화라는 유행 - 순정만화라는 장르의 역사와 감성만화의 정의」, 『대중서사연구』 22(2), 2016, 315-316쪽.

아니지만 디즈니 스타일 특유의 귀엽고 사랑스러움 그 자체가 장식적인 효과를 만들어 낸다. 어린이가 주 시청자인 디즈니 애니메이션의 그림체와 캐릭터는 소녀문화로 유입되어 소녀문화의 장식성을 표현하는 아이টে็ม으로 활용되었다. 장식성은 일본 소녀문화에서 다양하게 변주되며 소녀문화 특유의 판타지를 만들어낸다. 그것은 일본 소녀문화의 독특한 스타일이 되어 더 이상 소녀가 아닌 사람들을 소녀문화의 세계에 매혹시키는 요소가 되었다. 20~30대가 아니라 50대까지 연령대가 올라가는 한국의 여성 키덜트들이 탐닉하는 것은 일본 소녀문화의 가와이이 팬시소품의 세계이다.⁷⁸⁾

소녀문화를 상징하는 것은 팬시용품이다. 팬시용품은 특별함을 위한 것이었다. 따라서 팬시용품의 디자인에서 핵심은 실용성이 아니라 장식성이 된다. 주로 선물용 제품으로 소비되기 때문에 과거에 팬시용품을 파는 가게의 이름에는 ‘선물의 집’이라는 단어가 따라 붙었다. 팬시용품이 그 특별함을 유지하려면 놀이용, 장식용으로 한두 개, 또는 서너 개 정도 가지면 된다. 그런데 소녀문화에서는 온갖 잡다한 일상소품이 모두 팬시용품이다. 일상소품은 실용성과 기능성 때문이 아니라 장식성 때문에 선택되고 존재한다.

현대 소비문화에서도 장식성은 소비의 중요한 포인트가 된다. 현재 ‘힙한’ 소비로 주목받고 있는 레트로 소비를 살펴보자. 케이블 방송인 sky A&C⁷⁹⁾에서 글로벌한 레트로 소비문화를 소개하는 다큐멘터리를 방영한 적이 있다. <레트로 혁명>이란 이름의 프로그램에서는 레트로 소비를 즐기는 다양한 지역의 다양한 계층의 사람들을 보여주었다. 1950년대의 남성 정장을 완벽하게 구비하고 매일 직장에 출근하는 사람, 오랜 시간 공들여서 1950년대 여성 스타일로 치장하고 일상생활과 무대공연에 임하는 공연가, 최첨단 스피드 시대에 시속 30~40km의 속도가 고작인 1920년대에 생산된 올드 카를 몰고 차로 붐비는 뉴욕 거리를 느리게 통과하는 사람, 정기적으로 모여서 1960년대의 음악 파티를 재현하며 즐거워하는 사람들, 레트로 복

78) 한국 여성들의 키덜트 취향에 대해서는 황성희, 「엔틱 소비를 통해서 본 서양의 의미 변화」, 전북대학교 고고문화인류학과 박사 논문, 2014 참조.

79) 연구자가 해당 프로그램을 시청한 2018년 6월 당시 sky A&C는 KT스카이라이프 자회사 스카이TV가 보유한 12개 채널 중 하나였다. 그런데 2019년 4월 매각되어 티오티비에 인수되었다. sky A&C가 해오던 포맷의 방송을 스카이 유에이치디(sky UHD)가 하고 있다.

장을 하고 레트로 카를 몰며 함께 어울리는 영국의 젊은이들⁸⁰⁾이 소개되었다. 그들은 레트로 스타일을 선호하는 이유로 아름다움을 꼽았다. 레트로 제품을 관리하는 번거로움도 아름다움을 위해서라면 기꺼이 감수한다. 1950년대의 정장을 완벽하게 차려입는 남성은 그 시대가 맞춤옷이 주도권을 지녔던 마지막 시기라서 더 특별한 의미가 있다고 말한다. 1950년대 이후의 옷들은 기능성을 위해 아름다움을 희생한 옷으로 표현했다. 1950년대 여성 스타일을 고수하는 공연가도 불편하더라도 아름다움과 정교함에 반해 그 시대 스타일을 착용한다고 밝혔다. 1920년대 올드카를 항상 관리하고 수선하며 그 느린 속도를 감내하는 남성도 올드 카의 아름다움이 차의 스피드보다 훨씬 중요하다고 말한다.

레트로 매니아들이 레트로 소비를 하는 이유는 동일하다. 현대의 기능성을 강조한 제품들이 상실한 아름다움, 그 ‘불편한 아름다움’을 되찾겠다는 것이다. 이 주장은 윌리엄 모리스를 연상시킨다. 아트 앤 크래프트 운동의 중심인물인 윌리엄 모리스도 산업혁명으로 공장의 대량생산 체제가 정착하면서 제품이 조잡하게 생산되는 것에 대해 깊은 위기의식을 느꼈다.⁸¹⁾ 윌리엄 모리스는 공장제 생산에 반대하는 운동을 전개하면서 수공예를 장려했고 산업혁명의 근대를 거부하고 중세를 추종하는 중세주의자가 되었다. 모리스는 아내이자 라파엘전파의 뮤즈인 제인 버든과 함께 자수를 놓고 태피스트리를 짜는 등 직접 수공예 생산의 모범을 보였다. 또한 중세 수도원의 수사들이 직접 필사해서 만든 아름다운 책을 재현하고자 최고급 장정의 책을 한정 출판하는 캠프콧을 설립, 운영했다. 캠프콧을 통해 출판된 책들은 화려한 장정과 특별히 고안된 글씨체, 예쁜 삽화 등등 대량 출판된 책들이 결코 가질 수 없는 섬세하고 견고한 아름다움을 보여주었다.⁸²⁾ 윌리엄 모리스의 아트 앤 크래프트 운동이 구축한 탐미적 세계는 정교하고 중후한 아름다움을 주면서 물성과 디자인이 동시에 강조되는 어른들의 세계이다. 반면 일본 소녀문화가 구축한 세계는 화사하고 가볍고 유희적인 아름다움을 보

80) 레트로 스타일을 선호하는 이들 영국 젊은이들은 캅족(chaep)으로 불렸다.

81) 이광주, 『아름다운 책 이야기-윌리엄 모리스에서 중세 사보까지』, 한길아트, 2007, 172-173쪽.

82) 이광주, 같은 책, 147-154쪽.

여주지만 물성은 사라지고 디자인만 강조되는 세계이다.

장식성의 역사를 살펴보면 흥미로운 사실이 발견된다. 일찍이 우키요에를 통해 서양에 알려진 일본 미학이 서양을 사로잡은 포인트가 바로 장식성이었다. 일본 채색 목판화인 우키요에와 일본산 도자기가 보여주는 유려한 선의 흐름, 기하학적인 식물 패턴, 꽃문양 등을 이용해 화면을 장식적으로 구성하는 것이 일본 미술의 특징이다. 고흐나 클림트 등 서양 미술의 대가들도 일본 미학에 매료되어 자신들의 작품 속 화면을 장식적으로 묘사하는 작품을 남겼다. 화면을 장식적으로 꾸민다는 것은 서양미술이 고전기 그리스-로마 양식을 계승한 입체적 화면구성을 버리고 대신 평면적으로 화면을 구성하는 일본 미술의 방식을 채택한다는 의미이다. 서양 미술에 깊은 충격을 주었던 일본 미학의 장식성을 강조하는 전통을 이어가면서 서양적인 요소들과 이미지들을 끌어들이며 장식성을 표현하는 것이 소녀문화의 방식이다.

장식성과 충돌하는 것은 기능성이다. 기능성이 꼭 필요한 것이라면 장식성은 불필요한 것이다. 그래서 장식은 사치, 낭비, 과잉, 과도, 잉여의 의미를 담고 있다. 사물에서 장식은 굳이 하지 않아도 되고 심지어 없어도 무방하다. 때때로 장식은 거추장스럽고 불편한 것이 되기도 한다. 그 때문에 약간의 장식은 허용해도 장식성이 전면화 되거나 장식이 과하다 싶으면 장식을 덜어내던가 제거하는 쪽으로 선회한다. 장식의 여유와 사치는 리얼리즘이 아니라 낭만주의의 구성요소다. 소녀문화의 낭만적 세계는 장식성을 통해 강화된다. 장식성이 기능성을 압도하는 소비문화의 시대에 장식성에 몰두하는 소녀문화의 부상은 이 시대 소비문화의 논리적 귀결이다.

소녀문화에 젖어들지 않으면 소녀문화의 과도한 장식성은 기이하게 인식된다. <장난스런 키스>⁸³⁾라는 일본 드라마를 보면 소녀문화의 장식성을 낯설어하는 시각이 등장한다. 드라마에서 남녀 주인공이 함께 시험공부를 하는 장면이 나온다. 수학문제를 계산하기 위해 무심코 여주인공의 필통에서 펜을 꺼내 든 남주인공이 흠칫 놀라는 모습이 클로즈업 된다. 예상치 못한 펜의 모습에 당황한 것이다. 자신이 즐겨 쓰던 단조로운 검은 색 펜과는 전혀 다른 과도한 핑크 깃털 장식에 놀란다. 여주인공이 달려에 표기한 사소한 메모도 색색 다르고 스케줄을 담은 다이어리가 금박 스티커와 귀여운 일

83) <장난스런 키스 ~ 러브 인 도쿄> 시즌 1 중 2화, 2013년 일본 후지 TV 제작, 방영.

리스트레이션으로 하나하나 꾸며져 있는 것을 보고 새삼 놀라는 장면이 포착된다. 물론 드라마의 연출 의도는 소년이 발견하지 못한 소녀의 사랑스러움을 부각하자는 것인데 이런 장면들은 소녀문화에 대한 이질감으로도 독해될 수 있다. 소녀문화에 관심이 없는 사람들에게 소녀문화가 얼마나 과도한 장식성과 과장된 귀여움을 탑재하고 있는지 잘 보여주고 있다.

또한 여주인공의 핑크색 소녀양품으로 가득 찬 방과 귀여움과 여성성이 과도하게 부여된 하라주쿠풍 의상⁸⁴⁾은 일본 소녀문화의 이미지를 전달한다. 여주인공의 외모도 로맨스물 혹은 로맨틱 코미디 장르에서 흔히 볼 수 있는 날씬하고 청순한 모습이 아니라 얼굴의 절반 이상을 차지하는 큰 눈, 웃으면 드러나는 텃니 등등 아담하고 귀엽고 사랑스러운 외모, 과장되게 표현하면 소녀문화가 추구하는 컬트적 이미지를 보여주고 있다. 동명 만화의 실사인 이 드라마를 통해 2차원 이미지로서의 소녀문화가 아닌 실생활 속에서 관철되는 소녀문화의 모습을 엿볼 수 있었다.

현시점의 소비문화를 주도하는 소녀문화의 감성을 이해하기 위해 소녀문화와 관련된 음식문화를 살펴보자. 요즘 외식문화에서 젊은 세대를 사로잡고 있는 디저트는 소녀문화가 사랑해온 아이템이었다. 본 식사 뒤에 나오는 입가심용 메뉴가 이제는 그 자체로 인기 품목이 되었다. 주로 커피 등 음료를 판매하며 디저트류는 사이드 메뉴로 판매하던 카페문화에 디저트가 중심인 디저트 카페가 가세했다. 디저트는 과도한 장식, 필요 이상의 단맛, 지나치게 높은 가격 등으로 음식의 사치성과 장식성을 표현하는 품목이다. 이런 속성을 지닌 디저트는 소녀문화 음식의 아이콘이다. 젊은이들이 ‘힙’하다며 즐겨 찾는 장소에는 그 장소가 내세울만한 디저트, 이른바 ‘달달구리’ 혹은 ‘스위츠(sweets)’가 존재하는지 여부가 관건이다. 지나치게 달고 짠 맛이 공존하는 디저트의 ‘단짠단짠한’ 맛은 ‘초딩 입맛’으로 치부되면서도 중독성과 키치 정서로 소비자들의 발길을 사로잡는다. 이처럼 디저트 소비에는 소녀문화의 미학이 작동한다.

19세기 중반부터 20세기 초까지 반세기 동안 유럽인들을 매혹시켰던 자포니즘에서도 그 핵심은 장식성이었다. 서유럽이 자포니즘의 장식성에 자

84) 염혜정, 「현대 일본 패션에 나타난 Kwaii 코드의 분석-도쿄 걸즈 컬렉션(Tokyo Girls Collection)을 중심으로」, 『일어일문학』 65, 2015, 381-382쪽.

극 받아 만들어낸 스타일이 아르누보 양식이었다. 그런 일본이 자국의 소녀 문화에 서양적인 이미지들을 적극 차용하여 장식성을 극대화시킨 독특한 양식을 만들어 냈다. 서양과 일본, 동서양 간 문화 교류를 장식성의 측면으로 살펴보면 흥미진진할 뿐만 아니라 더 나아가 현대 소비문화에 대한 통찰력까지 얻을 수 있다.

V. 결론

이 글을 통해서 일본 소녀문화의 가와이이 미학이 무엇에 근거하고 어떤 과정을 거치면서 다듬어지고 완성되었는지 추적해 보았다. 그 결과 일본 가와이이 미학의 핵심은 장식성이고 장식성은 판타지를 구축하는 장치로 작동하고 있음을 볼 수 있었다. 장식성이 만드는 판타지는 현대 소비문화의 키워드이다. 따라서 과도한 장식성으로 일상에서 판타지를 구현하는 일본 소녀문화는 현대 소비문화를 이해하는 데 시사점을 제공한다. 그런데도 현재의 대중문화와 소비문화에 대해 일본 소녀문화가 지닌 중요성은 그동안 거의 주목받지 못했다.

일본 특유의 과부하된 귀여움과 여성적 이미지의 소녀문화는 2000대 초중반 세계적인 관심을 끌었다. 그 중심에는 디즈니의 미키마우스와 쌍벽을 이루는 일본의 글로벌 스테디셀러 캐릭터인 헬로키티가 있었다. 재패니메이션 <세일러 문>의 글로벌한 성공도 일본 소녀문화의 가와이이 미학에 대한 관심을 이끌어냈다.⁸⁵⁾ 서구는 일본발 ‘이상한’ 문화를 네오팝, 큐티즘으로 이해하면서 수용하기 시작했다. 새로운 팝아트로 격상된 가와이이 미학은 일본의 멋집(Japanese cool)으로 평가받기에 이르렀다. 이에 고무된 일본 정부는 일본 경제 성장의 동력을 제조업이 아닌 문화산업에서 찾기 시작했다.⁸⁶⁾

일본 소녀문화의 가와이이 미학을 발산하는 그래픽 이미지는 소녀문화에 만 머물지 않고 일본 만화와 애니메이션, 게임 등의 중심 이미지로 활용되어왔다. 일본 문화상품 중 세계적인 경쟁력을 지닌 오타쿠계 서브컬처의 중

85) 요모타, 앞의 책, 2013, 17-18쪽.

86) 이와부치, 앞의 책, 2004, 96쪽.

심 이미지는 소녀문화에서 나왔다. 그 뿐만 아니라 문자보다는 시각 이미지 중심으로 소통하는 시대에서 소녀문화의 만화적이고 귀엽고 가벼운 이미지들은 크게 사랑받으며 활용되고 있다. 그 때문에 일본 소녀문화가 어떻게 핵심 이미지들을 구성해 왔는가를 추적하는 것은 현대 소비문화를 이해하는 단초를 제공해준다.

소녀문화의 장식성은 세계사적 맥락에서 장식성이 갖는 의미를 생각하는 계기도 제공한다. 역사적으로 장식성이 주목받은 시기는 윌리엄 모리스 등의 아트 앤 크래프트 운동과 바로 그 뒤를 이은 아르누보의 시기였던 19세기 중반에서 20세기 초, 그리고 현시점이다. 현시점의 소비문화에서 장식성이 중요한 포인트가 된다고 보는 이유는 현재 힙한 소비로 인식되면서 대중적으로 확산되고 있는 레트로 소비, 키덜트 소비에서 찾을 수 있다. 레트로 소비와 키덜트 소비에 사람들이 이끌리는 주된 요인이 장식성으로 파악되기 때문이다.

장식성이 주목받던 두 시기 모두 일본이 중요한 역할을 했다. 영국의 아트 앤 크래프트 운동, 국제적으로 전개되어 최초의 국제적 예술 양식으로 평가받는 아르누보는 자포니즘을 통해 서양에 유입된 일본 미학 없이는 설명하기 어려울 정도로 일본의 영향이 크다. 유럽의 문화 혹은 예술사조 중 가장 화려한 것으로 꼽히는 것이 프랑스의 로코코와 영국의 빅토리아 양식이다. 중국 미학을 수용한 것이 프랑스의 로코코이고 일본 미학을 수용한 것이 빅토리아 시기의 아르누보이다. 전자가 귀족들의 화려함을 표출한 문화라면 후자는 상층 계급 뿐만 아니라 중산층과 하층 계급까지도 확산되었던 스타일이었다. 물론 그렇게 된 일차적인 요인은 세계 도처에 식민지를 거느렸던 글로벌 제국 영국이 식민지에서 끌어온 물산이다. 일반 서민들까지도 아름다운 테이블 웨어로 티타임의 호사를 누리고 섬세하고 예쁘게 만들어진 공예품을 사용했다는 것은 환상적인 일이다. 시간이 백년 이상 흐른 시점에서 이 시기의 생활소품 디자인들을 되돌아보면 그것은 역사적 사실, 현실이 아니라 판타지 그 자체로 다가온다. 그러기에 장식성을 극대화시키는 일본의 소녀문화는 빅토리아 스타일과 아르누보를 불러냈다.

인류 역사상 가장 정신적으로, 물질적으로 풍요를 구가했던 시기는 빅토리아 시대이기도 한 서유럽의 벨에포크 시대, 그리고 2차 대전 이후부터 1970년대까지의 미국이라고 말 할 수 있다. 미국의 디즈니는 세계 제국으로

서 풍요로웠던 미국 대중문화의 아이콘이다. 디즈니를 비롯하여 1960~70년대 미국산 생활 용품들은 빈티지라는 컨셉으로 일본 소녀문화로 유입되었다. 아르누보, 빅토리아 스타일, 디즈니 등 서양적인 내용과 이미지들은 일본 소녀문화의 가와이이 미학에 용해되어 일본 소녀문화의 독특한 이미지로 가득 찬 가상세계를 구현했다.

일본 소녀문화의 장식성에 매몰되거나 그것을 폄하하지 않고 그 과부화된 장식성이 무엇을 구성하기 위한 것인지 살펴보면, 결국 장식성은 판타지를 구현하기 위한 장치라는 점이 포착된다. 판타지는 모든 대중문화와 소비문화의 궁극적인 귀결점이다. 물론 판타지를 구현하는 방식은 다양하다. 현대소비의 핵심 키워드로서 장식성에 대한 역사적인 연구는 또 하나의 흥미로운 연구주제가 될 것이다.

■ 참고문헌

1. 1차자료

- 단행본

- 다케히사 유메지, 『사랑하지도 않으면서』, 정수윤 옮김, 정은문고, 2016.
- 미야자키 하야오, 『하울의 움직이는 성- 지브리 아트북 시리즈』, 학산문화사, 2013.
- 펠릭스 잘텐, 『숲 속의 노루 밤비』, 윤봉선 그림, 김영진 옮김, 파랑새, 2008.
- Greenaway, Kate, *Language of Flowers - Color Illustrations Only*, CreateSpace, 2015.
- , *Under the Window: Pictures & Rhymes for Children* (Paperback), Independent Publishing Platform, 2015.
- Scarry, P. M., *My Puppy (Little Golden Book)*, Golden Pr, 1992.
- Watson, J. W., *Little Golden Books Inspirational Stories: My Little Golden Book about God/Prayers for Children/The Story of Jesus/Bible Heroes/Bible Stories of Boys (Boxed Set)*, Golden Books Publishing Company, Inc, 2014.
- 宇山あゆみ, 『想い出プリント大百科 AYUMI UYAMA COLLECTIONS』, 河出書房新社, 2002.
- , 『少女スタイル手帖 新装版』, 河出書房新社, 2010.
- 小島康宏, 『리카ちゃん生まれます』, 創美社, 2009.
- 小學館, 『KIICHI』, 小學館, 2000.
- たいらめぐみ, 『お人形事典 ファッションドール編』. グラフィック社, 2004.
- 寶島社, 『SWIMMER 30TH ANNIVERSARY BOOK (e-MOOK 寶島社ブランドムック』, 2017.
- 高橋眞琴, 『MACOTOのおひめさま (單行本)』, PARCO出版, 2001.
- , 『あこがれ—高橋眞琴畫集 (fukkan.com) (大型本)』, ブッキング, 2006.
- 手塚治蟲, 『リボンの騎士 少女クラブカラ-完全版』, 復刊ドットコム, 2012.
- 徳間書店, 『井岡雅宏畫集 赤毛のアンやハイジのいた風景』, 徳間書店, 2001.

- 市川こずえ, 『リンゴ姫とキンギョ姫 文化人形と遊ぶ12か月』, 平凡社, 2004.
- 中原淳一, 『中原淳一の「女學生服装帖」(少女の友コレクション)(單行本)』, 實業之 日本社, 2010.
- , 『中原淳一---少女雜誌『ひまわり』の時代(らんぶの本)(單行本)』, 内田靜 (역은이), 河出書房新社, 2011.
- 牧美也子, 『マキの口笛 (單行本)』, 小學館クリエイティブ, 2006.
- 美内すずえ, 『大人のぬりえ ガラスの假面 (大型本)』, 白泉社, 2016.

- 애니메이션

- <들장미소녀 캔디>(1983).
- <루팡 3세: 칼리오스트로의 성(Lupin III: Castle Of Cagliostro, ルパン三世 カリオストロの城)>(1979).
- <사파이어 왕자>(1967).
- <알프스의 소녀 하이디(アルプスの少女ハイジ)>(1974).
- <플랜더스의 개(フランダースの犬)>(1975).
- <초원의 소녀 로라(草原の少女ローラ)>(1975).
- <빨강머리 앤(赤毛のアン)>(1979).

- TV 프로그램

- <장난스런 키스-러브 인 도쿄> 시즌 1, 후지TV, 도쿄, 2013.
- <레트로 혁명> 1회, sky A&C, 2016.

- 웹사이트

- <http://aogg.egloos.com/10572440>.
- <https://blog.naver.com/anne2000kr>.
- <https://blog.naver.com/bjwuie>.
- <https://blog.naver.com/jazz418>.
- <http://blog.naver.com/PostList.nhn>.
- <http://www.chomchom.kr>.
- <http://www.dessertsyndrome.com>.
- <http://www.komacn.kr/comicmuseum>.

<http://www.hankyung.com>.
<http://news.heraldcorp.com>.
<http://www.melon-soda.co.kr>.
<http://www.mintspoon.com>.
<http://www.morimori.co.kr>.
<http://www.peachcanned.com>.
<http://www.pink-baketsu.com>.
<http://www.postalmuseum.jp>.
<http://www.saladmarket.co.kr>.
<http://www.sopummori.com>.
<http://www.subetehouse.com>.
<http://www.swimmer.co.jp>.
<http://www.zapagheti.com>.

2. 2차 자료

- 강민정, 「자포니즘의 특성이 근대 디자인의 형성에 미친 영향」, 『한국디자인포럼』 3, 2011.
- _____, 「19세기 아트 포스터에 나타난 동양회화의 영향」, 『한국디자인포럼』 4, 2013.
- 곽보영, 「아르누보 장신구에 표현된 자포니즘 예술 특성」, 『복식』 59(7), 2009.
- 김경희, 「글로벌을 향한 일본의 소프트 파워-‘가와이KAWAII’ 문화를 중심으로」, 『일본학연구』 42, 2014.
- 김지연, 「근대 일본의 다중적 예술가 다케히사 유메지 연구」, 『아시아문화연구』 38, 2015.
- 김선화, 「프랑스 인상주의에 끼친 자포니즘의 영향」, 『論文集』 37, 부산공업대학교, 1995.
- 김소원, 「일본 소녀만화의 시각적 표현의 원류에 관한 고찰: 나카하라 준이치의 작품을 중심으로」, 『만화애니메이션연구』 18, 2010.
- _____, 「나카가와 히로미(中川裕美), 소녀잡지로 보는 「소녀」상의 변천—만화는 「소녀」를 어떻게 그렸는가」, 『대중서사연구』 21(3), 2015.

- _____, 「소녀잡지의 등장과 순정만화의 장르 확립」, 『대중서사연구』 22(3), 2016.
- 김소원·정규하, 「일본 소녀만화의 표현기법의 변화에 관한 고찰: 1958~1963년의 소녀잡지 만화를 중심으로」, 『만화애니메이션연구』 27, 2012.
- 김승연, 「일본의 우키요에가 19세기 후반 서양 미술사에 끼친 영향」, 『기초조형학연구』 13(4), 2012.
- 김중수, 「21세기 동북아시아의 문화융합과 문화적 취향의 공유: <꽃보다 남자>의 유행 현상을 중심으로」, 『比較文化研究』 40, 2015.
- 김한나, 「상호문화주의(Inter-culturalism) 관점으로 본 자포니즘(Japonism) 연구: 근대 일본과 유럽 미술을 중심으로」, 중앙대학교 교육대학원 석사학위 논문, 2011.
- 김현화, 「파리 근대사회, 근대미술, 호쿠사이(葛飾北齋)와의 만남: 자연에 대한 경의」, 『미술사연구』 23, 2009.
- 김혜신, 「19세기 후반 서구 미술과 일본주의(Japonisme)」, 『현대미술사연구』 2(1), 1992.
- 김효진, 「‘엔틱기 기모노 봄’을 통해서 본 기모노의 근대화와 재생」, 『비교문화연구』 17(2), 2011.
- 리디아 L. 데빌, 『아르누보』, 진입선, 예경, 2005.
- 마부치 아키코, 『자포니즘』, 최유경 옮김, J&C, 2004.
- 박기령, 「일본 애니메이션 <알프스 소녀 하이디>와 슈피리 문학과의 연관성」, 『만화애니메이션연구』 37, 2014.
- 박인하, 『누가 캔디를 모함했나-순정만화 맛있게 읽기』, 살림, 2000.
- 새런 킨셀라, 「1990년대 일본의 하위문화 연구-오타쿠와 아마추어 망가 운동」, 김민정 역, 『만화애니메이션연구』 4, 2000.
- 손원경, 『더 토이북』, 매일경제신문사, 2015.
- 신상철, 「자포니즘(Japonisme)의 근원과 1867년 파리 만국박람회: 프랑스 모더니즘 형성시기 일본 미술의 수용 과정과 전시 고찰」, 『서양미술사학회 논문집』 4, 2014.
- 엘리스 K. 팀튼·존 클락, 『제국의 수도, 모더니티를 만나다 - 다이쇼 데모크라시에서 쇼와 모더니즘까지』, 이상우·최승연·이수현 옮김, 소명출판사, 2012.

- 염혜정, 「현대 일본 패션에 나타난 Kwaii 코드의 분석-도쿄 걸즈 컬렉션(Tokyo Girls Collection)을 중심으로」, 『일어일문학』 65, 대한일어일문화회, 2015.
- 오장환, 「近代指向의 西洋藝術에서 오리엔탈리즘의 意味에 관한 研究-19세기 서양예술의 일본 취향, ‘자포니즘(Japonism)’을 중심으로 -」, 『대한건축학회논문집』 20(12), 2004.
- 요모타 이누히코, 『가와이이 제국 일본-세계를 제패한 일본 ‘귀요미’ 미학의 이데올로기』, 장영권 옮김, 판타그램, 2013.
- 이경규 · 이행화, 「다이쇼 시대의 여성 복식에 나타난 서양화 현상」, 『日本近代學研究』 40, 2013.
- 이경희, 「자포니즘 모드의 시원(始原)과 전개(展開)」, 『패션비즈니스』 4(1), 2000.
- 이와부치, 『아시아를 잇는 대중문화: 일본, 그 초국가적 욕망』, 하라타 유키에 · 전오경 옮김, 또 하나의 문화, 2004.
- 이택광, 「자포니즘, 그 이후-서구와 비서구의 변증법」, 『일본비평』 13, 2015.
- 이혜정, 「사각문화로서 ‘애니메이션’과 ‘현대미술’의 상호소통성 연구」, 『영상예술연구』 5, 2004.
- 조성기, 『아니메에서 일본을 만나다』, 어문학사, 2009.
- 지바 가오리 · 가와시마 다카시, 『그림과 사진으로 풀어보는 알프스 소녀 하이디』, 남지연 옮김, 에이케이커뮤니케이션즈, 2017.
- 최정환, 「19세기 유럽미술의 자포니즘(Japonism)과 그 영향」, 『역사와 사회』 30, 2003.
- 한상정, 「장식성의 반복적 출현에 대한 소고 : 순정만화와 타 장르 (포스터, 일러스트, 서정화, 소조망가)를 중심으로」, 『만화애니메이션 연구』 12, 2007.
- _____, 「순정만화라는 유령 - 순정만화라는 장르의 역사와 감성만화의 정의」, 『대중서사연구』 22(2), 2016.
- 한창완 · 이선영, 「일본식 가와이 코드의 한 · 일 캐릭터 분석연구」, 『한국디자인포럼』 30, 2011.
- 황성희, 「엔틱 소비를 통해서 본 서양의 의미 변화: 온라인 소비에서 나타나는 옥시덴탈리즘을 중심으로」, 전북대학교 고고문화인류학과 박사학위논문, 2014.

_____, 「자포니즘으로서의 북유럽 소비에 대한 연구」, 『비교문화연구』 45, 2016.

황의웅, 『서정화, 지브리 그림체의 출발점』, 돌도래, 2013.

Akamatsu, Yoshiko, “Japanese Readings of Anne of Green Gables”, *L.M. Montgomery and Canadian Culture*, University of Toronto Press, 1999.

Gammel, I. & E. Epperly, “Montgomery and the Shaping of Canadian Culture”, *L.M. Montgomery and Canadian Culture*, University of Toronto Press, 1999.

Howe, D. W., “American Victorianism as a Culture”, *American Quarterly*, 27(5), University of California, Los Angeles, 1975.

Ochi, Hiromi, “What Did She Read?: The Cultural Occupation of Post-War Japan and Translated Girl’s Literature”, *Frontiers of Gender Studies* 5. Hitotsubashi University, 2006.

Phoenix, Woodrow, *Plastic culture: How Japanese Toys Conquered the World*, Tokyo: Kodansha International 2006.

Taylor, Ina, *THE ART OF KATE GREENAWAY-A NOSTALGIC PORTRAIT OF CHILDHOOD*, Gretna, PELLICAN PUBLISHING COMPANY, 1991.

Yano, Christine R., “Wink on Pink: Interpreting Japanese Cute as It Grabs the Global Headlines”, *The Journal of Asian Studies* Vol. 68, No 3(August), 2009.

❖ ABSTRACT

A study on the appropriation of the
West in Japanese girl culture

Hwang, Sung-hee
Jeonbuk National University

The Kawaii aesthetics of Japanese girl culture is the source of visual images of Japanese manga, animation, and games. Understanding the core image and essence of Japanese girl culture, the accurate understanding of Korean kidult consumption and retro consumption is possible. The key element in the aesthetics of Kawaii girl's culture in Japan is fanciness – the quality of being fancy. It is decorativeness that realizes fantasy. The symbols and images that Japanese girl culture mobilizes for the decoration of real daily life are not Japanese, but Western. Victorian style, Art Nouveau, and Disney were exclusively inherited in the history of Japanese girl culture. The Kawaii aesthetics is full of Western images. Japanese appropriation of the West in girl culture shows the change of East-West dynamics, and the interpenetration between cultures through the meaning of decorativeness, and fanciness itself.

Key Words : Japanese girl culture, decorativeness, Victorian style, Disney, Kawaii aesthetics, Art nouveau

■ 논문접수일 : 2019. 11. 10

■ 심사완료일 : 2019. 12. 01

■ 게재확정일 : 2019. 12. 03

