

오타쿠와 덕후의 의미 및 대중화에 관한 연구*

조 홍 미**

現在、韓国ではドッフ、ドッジル、ドッフ負心といった言葉が流行っている。これは余裕も未来も見えない厳しい状況の中でも、より積極的な心持で自らの幸せを探し、もっと楽しく生きて行きたい若者たちの現実性が反映された、ある意味での社会現象とも言えるのであろう。

ドッフの語源は日本語のオタクから来たと思われる。オタクは1980年代に日本で登場して以来、ずっとネガティブな側面で大衆に認識されてきた。その後、40年という時間をかけ、たくさんのオタクたちの成果が社会から認められるようになり、また、大衆に幅広く評価されるようになって、今は肯定的で希望的とも言える存在として認識されるようになった。

ドッフは日本から入ったオタクが韓国ならではの情緒と結び付き、韓国特有のスタイルに大衆化されたとみられる。すなわち、韓国の社会には2000年代のはじめ頃、日本から輸入された多少ネガティブなイメージのオタクと、オタクにその起源を置いてはあるものの、韓国式に再誕生したドッフという、いわば、二つの概念が存在するのである。

ゆえに、本稿では、日本のオタクと韓国でのドッフの概念を定立したうえ、韓日両国でこの存在がどのように受けいれられているのかをアンケート調査で把握してみようと思う。大衆が思っているオタクとドッフの意味と認識の変化を確認することによって、未来の韓国社会でのドッフの役割に注目してみたいと思う。

キーワード：オタク、ドッフ、マニア、大衆化、認識の変化
(오타쿠, 덕후, 매니아, 대중화, 인식의 변화)

1. 들어가기

현재 한국에서는 어느 분야에 관한 자부심 또는 애정을 언급할

* 이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2020S1A5B5A17089328)

** 경성대학교 인문문화학부 일어일문학과 강사, ysmam0101@naver.com

때, 소위 “OO 분야의 덕후” 또는 “덕후부심”이라고 말하는 것이 유행이다. 이러한 표현에 대해서 다른 설명이나 수식어 없이 덕후라는 단어만으로도 해당 분야에 정통한 사람이라고 인정하는 경향이 있다.

이 단어의 출발점이라고 할 수 있는 것이 ‘오덕후’와 ‘오타쿠’인데 한국에서는 특히 이들의 의미가 소수의 개인이 즐기는 특별한 취미 또는 취향이라는 개념을 넘어 매니아와의 경계가 모호할 정도로 친근하고 일반적인 개념으로 전이되고 있다.

이에 본 연구자는 대중적으로 주목받지 못했던 과거의 오타쿠와 덕후의 변화한 형태와 양상에 주목하고자 한다. 그리고 같은 즐기에서 출발한 일본의 오타쿠와 한국의 덕후가 어떠한 차이를 가지고 대중에게 인식되어지고 있는지를 밝혀보고자 한다.

본 연구에서는 오타쿠와 덕후에 관한 대중의 인식을 실질적이고 현실적으로 이해하기 위해서 설문조사를 실시하고자 한다. 조사는 인터넷상의 비대면 응답이라는 형식으로 진행되었으며, 실생활에서 가장 인터넷이나 소셜미디어 등을 빈번히 접촉하며 일상 생활화하고 있는 젊은층, 즉 10, 20, 30대의 한일 양국 국민을 대상으로 하고자 한다. 전 연령층을 모두 조사의 대상으로 상정하는 것이 가장 바람직하지만 여러 가지의 제약들로 인하여 중학생부터 30대까지로 대상 연령을 한정하는 것과 양국의 지역적인 구분을 통한 차이점까지를 반영하지 못한 점, 남녀의 구분을 정확히 반반으로 한정하지 못한 점 등이 본 논문이 가지는 한계라는 점을 미리 밝히고자 한다. 그리고 조사의 대상 인원 또한 동일한 질문에 의한 한일 양국의 대조 연구가 아니므로 양국의 응답자 수가 상이한 점도 미리 밝히고자 한다.

오타쿠 및 덕후와 관련된 기존의 선행연구를 살펴보면 음악과 미술 등의 예술분야와 문학, 애니메이션이나 만화 등의 각 분야에서 작품을 오타쿠적, 덕후적인 성향에서 분석하는 논문이 많다.¹⁾

1) 명관도·김경희(2016) 「오타쿠 콘텐츠의 신화적 요소와 욕망에 관한 연구: '전쟁병기 미소녀'를 중심으로」 『글로벌문화콘텐츠학회 2016년 동계학술대회 자료집』 글로벌문화콘텐츠학회, pp.216-222 ; 김정희(2016) 「오타쿠 문화에서의 이야기 향유패턴의 수용과 초월-『별의 목소리(ほしのこえ)의 탄생』을 중심으로-」 『비교일본학』 제43집, 한양대학교 일본학국제비교연구소, pp.107-122 ; 강준수(2017) 「『아들과 연인』에 나타난 오타쿠 감성」 『스토리엔이미지텔링』 제13집, 건국대학교 스

즉 체계적인 의미에서의 오타쿠와 덕후라는 개념의 정립과 실질적으로 이들의 존재와 활동 등이 대중들에게 어떻게 받아들여지고 있는지와 같은 내용은 많지 않다.

따라서 본 연구에서는 일본의 오타쿠와 한국 덕후에 관한 의미를 종합적으로 정리하고 아울러 실질적으로 이들의 활동과 역할이 대중에게 어떻게 받아들여지고 있는지를 밝혀보고자 한다. 과거에는 대중적이라는 의미로는 익숙하지 않았던 존재가 현재는 그 역할과 의미가 확대되는 등의 변화를 통하여 이전 시대보다는 더욱 일반화 되었다고 생각한다. 오타쿠와 덕후에 관한 이미지와 의미의 변화, 확대를 통하여 사회적으로 이슈가 되고 대중들이 더욱 친근하게 접할 수 있게 되었다는 의미가 오타쿠와 덕후의 대중화라고 생각한다.

2. 오타쿠와 덕후의 의미

오타쿠에 관한 정의는 관련 전문가들에 따라 상이하나 대략적인 내용은 다음과 같다.

우선 자칭 오타쿠계의 대부라고 칭하는 오카다 도시오(岡田斗司夫)는 오타쿠를 20세기에 태어난 뉴타입(newtype)의 인종이며 백과사전(reference)적 능력을 가진 인간이라고 정의하였다. 또한 질리지 않는 향상심과 자기 과시 욕구로 정진하며 많은 돈과 시간을 투자할 수 있는 사람이라고 하였다.²⁾

문화 평론가인 아즈마 히로키(東浩紀)는 만화, 애니메이션, 게임, PC, SF, 특수촬영, 피겨, 그 밖에 서로 깊이 연관된 일군의 서브컬처에 탐닉하는 사람들의 총칭을 오타쿠라고 정의하고 있다.³⁾

정신과 의사인 사이토 다마키(斎藤環)는 허구적 콘텐츠에 친화성이 높은 사람, 사랑의 대상을 소유하기 위해서 허구화라는 수단을 이용하는 사람, 이중적 구조가 아닌 다중적 구조로 사물을 인식하

토리엔이미지텔링연구소, pp.13-42 등.

2) 오카다도시오 저·김승현 역(2000) 『오타쿠』 현실과 미래, pp.12-42.

3) 아즈마히로키 저·이은미 역(2007) 『동물화하는 포스트모던』 문학동네, p.17.

고 허구 그 자체에서 성적 대상을 끄집어 낼 수 있는 사람을 오타쿠적인 사람이라고 볼 수 있다고 정의하고 있다. 그는 오타쿠라는 대상보다는 기질과 성향에 역점을 둔 오타쿠적인 것에 더욱 큰 비중을 두고 있다.⁴⁾

오타쿠 전문가들의 정의는 이상과 같은데, 오타쿠를 이해함에 있어서 중요한 것은 그들이 가지는 가치관과 대상을 대하는 자세, 성향과 같은 것, 즉, 오타쿠적인 것, 오타쿠스러운 것이 어떤 것인지를 파악하는 것이 중요한 포인트가 될 것이라 생각한다. 따라서 구체적인 예를 다음의 사례들로 확인해 보고자 한다.

미국의 인터넷 경제지인 ‘머니수퍼마켓닷컴’을 보면 아이언맨 수트의 가격을 추정한 기사가 있다. ‘아이언맨3의 가격은 얼마일까’라는 기사이다. 이것이 단순히 대충 예상한 것이 아니라, 시리즈별로 등장하는 종류를 재질과 구성 및 기능까지를 제대로 분석하고 있다. 이때 산출된 ‘마크 7’은 현재의 무기 가격과 비교 분석한 것이, 한화로 약 5000억 원에 이른다고 한다.⁵⁾

그리고 일본의 애니메이션 작품 중에 「하울의 움직이는 성(ハウルの動く城)」이라는 작품이 있다. 주인공 ‘소피’는 모자가게에서 일하는데, 소피가 왜 모자가게에서 일을 한다는 설정이어야 하는지에 대해 분석한 사람이 있다. 오기하라 마코토(荻原真)는 책에서 ‘소피’가 모자가게에서 일하는 이유에 대해 다음과 같이 말하고 있다.

태양이 인간 생활에 필요불가결한 요소라는 것은 말할 필요도 없는 사실이다. 그러나 태양에 과도하게 접근하는 것은 금물이다. ... 태양과의 과도한 접근을 완화시키기 위해서 우리 인간들은 원초부터 무언가를 만들어서 이용해왔다. 이미 알고 있듯이 그것은 모자이다. 인간과 태양 사이에 모자라는 매개체를 둠으로써, 인간은 불타는 별인 태양과 적당한 거리를 유지할 수 있게 되는 것이다. 소피가 모자집에서 일하는 역할이어야 하는 이유가 바로 그것이다.⁶⁾

4) 斎藤環(2010) 『博士の奇妙な成熟』 日本評論社, p.51.

5) 박병률(2016) 『아이언맨 수트는 얼마에 살 수 있을까?』 애플북스, pp.38-41.

6) 荻原真(2011) 『なぜ宮崎駿はオタクを批判するのか』 国書刊行会, pp.181-182.

그리고 1980년대 컴퓨터 학습과 관련된 잡지의 창간호에 이런 제목이 등장한다. 「제비우스 1000만점을 돌파하려면!」 당시에는 일본의 잡지에 등장한 동인 공략 기사를 무단으로 번역해서 소개한 글이기는 하였으나, 한국 최초의 게임 공략 기사로 많은 이들의 흥미를 끌었다.⁷⁾ 그런데 게임 끝까지 살아남아서 마지막 장에서 영예의 전당과 같은 곳에 오르는 것에 만족하지 못하는 사람도 있었다. 그들은 1000만점에 이르는 16개의 각 영역 배경화면이 처음부터 끝까지 연결된 거대한 하나의 스토리이며 이 배경에 관한 이야기만으로도 충분히 흥미로울 수 있다는 또 다른 식의 게임에 관한 접근 방법을 찾아낸다. 그리고 자신이 소유한 무기가 몇 번의 슈팅으로 적기를 폭파시키고 어떠한 무기를 취득해야만 다음 라운드에서 승리할 수 있는지 등의 기술을 연구하여 알아내고 기록해 내었다.

이상에서 언급한 아이언맨3의 실제 가격 산출과 소피가 모자가게에서 일하는 이유, 게임 정복을 위한 배경까지를 파악하는 자세 등이 간단히 설명할 수 있는 오타쿠적인 기질의 예라고 할 수 있다.

이때 중요한 것은 타인에 의한 정보를 바탕으로 공략하는 것은 오타쿠의 태도라고 볼 수 없다는 것이 일반적이다. 스스로가 의문이 풀릴 때까지 직접 알아내는 것이 중요하다 할 수 있다. 또한 영화 또는 게임 속에 배경으로 등장하는 소품이나 음악이 무엇을 의미하는지 까지를 찾아내서 자신의 능력을 확인함으로써 제작자의 의도대로 대상을 즐기는 것이 아니라 본인의 방식대로 대상을 재해석하는 것이 궁극적인 의미에서의 오타쿠라고 할 수 있다. 오타쿠의 목표는 스스로에 대한 만족이다. 그것은 정도의 차이는 있으나 팬이나 매니아라고 할 수 있는 사람들이 가지고 있는 물질적인 것과 열정에 있어서의 최고치이다. 그리고 가장 중요한 것은 본인이 타인보다 우위에 있다는 우월감이 바탕이 된다고 할 수 있다. 그리고 대상에 대해 비판적 자세를 지니고 있으므로 무조건적 수용과 무비판적 자세를 취하는 것은 오타쿠의 태도가 아니라고 할 수 있다.

오타쿠라는 것은 결국 오타쿠적인 취향, 오타쿠적인 성향이 충만

7) 네이버 지식백과 『게임에 대한 관심의 시작』 <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2166939&cid=50857&categoryId=50857> (검색일: 2021.01.11)

한 사람, 그러한 것을 최고의 가치라고 생각하는 사람이라고 정의할 수 있다.

그렇다면 일본의 오타쿠가 한국으로 유입되어 한국 특유의 정서를 담고 변화하였다고 생각되어지는 덕후, 덕후스럽다는 것은 어떠한 의미를 지니는지에 관해 살펴보도록 하자.

한국사회에서 오타쿠라는 단어가 신문에 본격적으로 등장하는 것은 2000년 이후의 일이다. 당시에는 애니메이션, 게임, 만화에 미친 자들을 지칭하는 일본말로 오타쿠를 소개하고 있다.⁸⁾ 또한 각 나라의 젊은이들이 주도하는 새로운 문화를 소개하면서 일본의 80년대를 대표하는 신인류의 코드로서 오타쿠라고 불리는 새로운 부류, 족(族)을 언급하고 있다.⁹⁾

이후 다양한 일본의 서브컬처 관련 문화가 대거 한국으로 유입되고, 「전차남(電車男)」과 같은 영화, 드라마, 책 등의 유명세와 함께 한국 사회에서도 오타쿠란 용어는 자주 사용되고 일본문화를 대표하는 하나의 키워드가 되었다. 그렇게 한국사회에 등장하게 된 오타쿠에서 음을 차용하고 조금 더 한국적인 정서에 맞게 발달된 형태가 오덕후라는 것이 일반적인 생각이다.

오덕후라는 어원 자체는 젊은이들이 많이 하던 인터넷게임을 통해서 처음 등장하였다는 것이 일반적인 설이다. 그 이후 인터넷 게임 상의 대화방이나 소셜네트워크 등을 통해서 젊은 층들 사이에서 빠르게 전파되었다. ‘오덕후’, ‘덕후’, ‘오덕스럽다’, ‘덕후하다’ 등 오타쿠라는 음의 차용을 한국식의 명사 및 형용사, 동사 등의 형태로 변용시키고, 매우 덕후스럽다는 뜻으로 ‘10덕’, ‘100덕’ 등의 용어도 등장하게 되었는데, 이것이 대략 2000년대 후반의 일이다.

오덕들의 축제이자 동인지와 캐릭터 상품을 판매하는 시장,
코스프레를 뽑내고 만화 주제가로 노래자랑을 벌이며 각종 전
시회와 콘테스트가 열리는 행사인 코믹월드는 일본, 한국, 홍

8) 「애니·게임 마니아들의 정체 분석」 <https://www.khan.co.kr/article/200010231745331>
(검색일 : 2021.11.09)

9) 조홍미(2012) 『오타쿠에 관한 인식 연구』 경상대학교 일반대학원 박사학위논문,
pp.122-123.

콩, 대만에서 각각 열린다. 한 번 열릴 때 오덕 수만 명이 모인 다. ... (중략) ... 1990년대 내내 코미케¹⁰⁾를 부러워하던 한국의 오덕들은 1999년에 이르러서야 전국 단위의 동인 행사를 열수 있었고, 처음 몇 년간 반응은 폭발적이었다.¹¹⁾

위의 내용은 소설속의 내용이기도 하나, 실제 있었던 사건의 인물을 주인공으로 선정하고 인터뷰한 내용을 바탕으로 쓰였으므로 일종의 기록문과 같은 글이다. 한국에서의 오타쿠나 덕후에 관한 기록이 거의 없는 상황에서 오타쿠 또는 덕후, 오덕이라는 말이 다량으로 서술되고 있음을 알 수 있다. 이 책에 의하면 1990년대 후반, 이전까지는 덕후들을 위한 모임 또는 행사 등이 거의 이루어지지 않고 있었음을 알 수 있다.

한국에서 오덕후나 덕후의 의미 자체를 다루거나, 그 개념을 학술적인 입장에서 다루고 있는 책이나 논문은 드물다. 그것은 이러한 단어들이 주로 젊은 층들이 많이 사용하는 SNS나 댓글, 인터넷 게임 상에서의 대화 등을 통해서 일련의 무리 사이에서 마치 유행어와 같이 번져나갔고, 학문적이나 학술적인 주제로 다루기에는 한계가 있었을 것으로 생각된다. 오덕후를 덕후라고 부르는 것 또한, 이 용어를 한국인의 이름처럼 취급하여 ‘오’를 성으로 ‘덕후’를 이름으로 여기고, 성을 생략해서 부름으로써 좀 더 친근한 이미지를 주고자한 것이 아닐까라고 추측해 볼 수는 있는 정도이다.

2014년 국립국어원에서 ‘덕후’를 신어로 선정하였고 현재는 ‘밀덕(밀리터리 덕후)’, ‘찍덕(아이돌 팬 중에 본인이 전문적으로 찍은 사진을 홍보를 목적으로 관리하는 사람)’, ‘덕질(자신이 좋아하는 분야에 심취하여 그와 관련된 것들을 모으거나 찾아보는 행위를 이르는 말. 즉 덕후로서의 행위, 행동을 뜻함)’, ‘덕업일치(덕질과 직업이 일치했다는 의미)’ 등의 단어들로 파생되면서 그 의미도 넓혀가고 있다.

어떤 특별한 개념이 대중들 사이에서 친숙하게 오르내리고, 자연스럽게 받아들여지고 사회적인 이슈가 되어가는 이러한 일련의 과

10) 코믹마켓(Comic Market)의 일본식 줄임말. 매년 일본에서 2회 개최되는 만화 서클 네트워크 구축과 만화 팬을 위한 축제

11) 장강명(2014) 『열광금지, 에바로드』 연합뉴스, pp.69-70.

정이 사회화의 과정이고 대중화의 단계라고 생각한다. 현재 한국 사회에서의 덕후라는 일부 부류에 의한 유행어에 그치는 것이 아니라, 매우 일반화되고 대중화된 용어가 되었다고 말할 수 있다.

3. 오타쿠와 덕후에 관한 인식

본 연구를 위한 설문조사는 2021년 7월 25일부터 8월 10일간의 총 15일간 인터넷의 구글 프로그램을 통해 진행되었다. 응답자 수는 한국 총 103명 중, 10대 39명(37.9%), 20대 32명(31.1%), 30대 29명(28.2%), 무응답 3명(2.9%)이었다. 일본은 총 45명 중 10대 21명(46.7%), 20대 10명(22.2%), 30대 10명(22.2%), 무응답 4명(8.9%)이었다.

3.1 한국에서의 오타쿠와 덕후

한국에서 실시한 설문 내용에는 주로 오타쿠와 덕후에 관한 인지와 인식을 묻는 항목으로 설정되어 있다. 세부적인 각 설문 항목의 설정은 문항에 따라서 한 개만 선택 가능한 것과 복수의 선택이 가능한 것으로 나누고 마지막에는 자유롭게 기재할 수 있는 자유 항목으로 설정하였다. 이것은 일본인을 대상으로 한 설문도 동일한 형태이다.

우선 오타쿠라는 용어를 들어본 적이 있는지에 관한 문항에 대해 90.3% 이상이 들어본 적이 있다고 답했다. 이는 한국사회에서도 오타쿠가 낯선 존재가 아니며 대중적인 존재가 되었음을 증명하는 결과라고 할 수 있다.

그리고 오타쿠를 알고 있다고 답한 사람에 한해서 본인이 생각하는 오타쿠는 어떤 사람인가에 관한 질문에 대해서는 중복 가능한 답변으로, 총 58.3%가 무엇인가에 빠져있는 사람으로, 덕후와 동일한 개념이라고 답했고, 게임이나 만화 등에 중독되어 있는 사람이 50.5%, 일본을 좋아하고 일본 문화에 심취해 있는 사람이 46.6% 등이라고 답하였으며, 18.4%의 사람은 사회성이 떨어지고 혼자만

취미활동을 즐기는 사람이라고 답변하였다. 즉 총 응답자의 반수 이상이 오타쿠는 덕후와 동일한 개념이며, 일본문화와 관련이 깊은 게임, 만화 등으로 대변되는 소위, 서브컬처 계통의 취미 생활에 빠져있는 사람이라고 알고 있음을 확인할 수 있었다.

그리고 오타쿠에 관한 개인적인 느낌이나 인상을 묻는 문항에 대해서는 별 생각 없음이 40.8%로 가장 높게 나오기는 했지만, 전체적으로는 부정적인 느낌(29.2%)이 긍정적인 느낌(24.2%)보다는 근소하지만 높은 결과로 나왔다. 특히 긍정적인 인상이라거나 부정적인 느낌을 묻는 자체가 옳지 않다는 개별적인 의견도 몇 명 있었다. 즉 개인의 취향이나 사생활에 관한 문제이므로 타인이 그 인상이나 느낌을 논하기는 어렵다는 뜻이다. 이는 비슷한 유형에 대한 일본인들의 답변과의 차이를 보여주는 부분이 있다. 일본인들에게 대략적인 인상을 묻은 결과, 전체적으로 부정적인 느낌이 8.9%, 긍정적인 느낌이 88.9%과 무응답 2.2%였다. 극히 개인의 취향과 관련된 사항이기는 하지만 한국인들의 경우, 동일 질문에 대해서 긍정이나 부정적인 인상으로 나누어 대답하기 힘들다는 의견이 많고, 굳이 선택하자면 긍정보다는 부정적인 인상이 강했던 반면, 일본인들은 오타쿠를 긍정적인 존재로 인식하고 있는 비율이 높다는 점에서 차이를 보이고 있다.

그리고 오타쿠라고 하면 연상되는 이미지를 묻는 질문에 대해서는 중복 가능한 응답으로 게임, 만화, 애니메이션 등의 중독을 떠올린다고 하는 사람이 전체 응답 인원의 74.8%로 가장 많았고, 히키코모리(은둔형 외톨이)와 같은 사회 부적응(36.9%)과 덕후(35.9%)가 연상된다고 답한 사람이 비슷한 비율로 나왔다. 그에 반해 성공한 오타쿠 출신의 작가나 영화감독들(13.6%)이나 대중문화의 발전을 이끌 수 있는 원동력(3.9%) 등의 이미지는 거의 없다는 의견이었다. 오타쿠와 히키코모리는 자기만족과 자부심이 존재하느냐, 존재하지 않느냐는 차이가 있고 오타쿠와 중독의 차이점은 그 대상을 조종할 수 있는 대상으로 삼는지, 그것에 의해서 조종을 당하는지가 차이라고 할 수 있다.¹²⁾ 다만 오타쿠에 대한 선입견만으로 생각

12) 조흥미(2012) 앞의 논문, p.143.

했을 경우에 집중, 집착, 열정과 같은 성향이 은둔, 또는 중독적으로 비추어 질 수 있다. 그리고 현재의 오타쿠에 관한 인식의 변화를 가져오게 된 가장 큰 이유라고 할 수 있는 것이 오타쿠의 성공 사례와 여러 관련 분야에 있어서의 다양한 활약상이라고 할 수 있다. 한국의 경우는 이미 어느 정도의 성숙된 단계에서 한국으로 유입되어 대중에게 인식되어진 결과, 새롭게 보여지는 오타쿠의 활약, 또는 성과에 관해서는 생각하지 못할 수도 있다는 결론이다.

그리고 오타쿠와 관련 깊은 키워드를 선택하는 문항에 있어서는 코스프레, 만화, 애니메이션, 게임, 범죄, 피규어, 매니아, 성덕, 자기만족, 은둔형외톨이, 모에, 아이돌, 덕업일치, 차별, 덕후부심, 변태, 집착, 아키하바라, 후조시 등의 19개의 키워드 중 가장 많은 사람들이 선택한 것은 애니메이션, 게임, 만화, 코스프레의 순이었고 11~14%의 비율로 집착과 변태를 선택한 사람들도 있었다. 이 항목에서의 큰 특징이라고 말할 수 있는 것은 한국인은 아키하바라(秋葉原)와 모에(萌え)와 후조시(腐女子)와 같은 전문적인 단어들에 관해서는 잘 알고 있지 않다는 사실을 확인할 수 있었다.

아키하바라(秋葉原)는 소위 오타쿠의 성지라고 불리는 곳이다. 이곳은 거리의 분위기로 인하여 일본 뿐 만이 아니라 전 세계적으로도 유명한 곳이다. 또한 소위, 오타쿠 사건이라는 이름으로 매스컴들에 알려진 사건들이 일어난 장소로 유명한 곳이기도 하다. 즉 일본에서의 아키하바라는 오타쿠와 연관된 가장 유명한 장소이다.

모에의 어원은 싹트다(萌える)라는 동사에서 출발한 것이지만 현재는 서브컬처계 전반에서 사용되는 표현이다. 명확하게 정의를 내리기는 어렵지만, 실체가 없는 가공의 대상을 향해서 느끼는 호의, 애정, 집착, 흥분과 같은 감정을 나타내는 단어라고 할 수 있다. 2000년경부터 오타쿠 용어로서 매스컴에 등장한 이후, 2005년에는 유켄 유행어대상(ユーキャン流行語大賞)에 선출되었으며 2018년 국어사전에다 속어로서 등재되게 되었다.¹³⁾

비평가인 마에지마 사토시(前島賢)는 그의 저서 『セカイ系とは何

13) Wikipedia 「萌え」 <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E8%90%8C%E3%81%88> (閲覧日: 2021.11.09)

か』에서 1990년대의 오타쿠 문화와 2000년대 오타쿠 문화를 논함에 있어서의 가장 큰 변화는 ‘모에’라고 말했다. 이전의 시대까지는 오타쿠가 좋아하는 요소의 일부로 등장하던 미소녀라든지 모에라는 분야가 2000년대 들면서는 전면으로 내세워지게 되었는데, 오타쿠는 ‘미소녀에 모에하는 사람이다’라고 말하고 있다.¹⁴⁾

그리고 후조시는 남자들끼리의 연애관계(유사연애도 포함)나 그것을 소재로 한 소위 BL(Boy's Love) 계열의 작품을 좋아하는 여성들을 일컫는 용어이다. 후조시에게 있어서 BL은 망상의 연료이고 이것으로 무기물이라도 모에 할 수 있게 된다. 즉 연필×지우개, 프 라이팬×냄비, 1호선×2호선을 연결하는 식이다.¹⁵⁾ 원작을 자신만의 방식으로 해석하여 2차 창작을 행하고 대상을 소유함으로써 얻는 만족보다는 소유한 대상을 스스로가 컨트롤하고, 대상과 관계되는 모든 요소를 소유한다는 면에서 후조시는 완벽한 오타쿠의 형태를 갖추고 있다고 할 수 있다. 이러한 후조시는 이후 TV 드라마나 영화로 제작되어 대중적으로도 크게 알려지게 되었다.

어찌되었든 현대의 오타쿠계에 있어서 아키하바라, 모에와 후조시는 매우 중요한 요소로 작용하고 있음에도 불구하고 한국에서는 오타쿠와 관련된 키워드로서 이 세 가지의 요소를 선택한 사람은 거의 없었다는 것은 한일 오타쿠에 관한 인식의 차이라는 부분에서는 매우 주목할 만한 것이라 할 수 있을 것 같다.

다음은 한국에서의 덕후에 관한 물음에 관한 내용이다

우선 덕후라는 단어를 알고 있는지에 관한 질문에 대해서 전체 중 93.2% 이상이 알고 있다고 답하였고, 모른다는 2.9%, 무응답이 3.9%이었다. 이로 보아, 한국의 젊은 사람들은 거의 대부분이 덕후라는 단어를 들어 본 적이 있고, 무엇인지 알고 있다고 생각 할 수 있다. 그리고 덕후란 무엇인지를 묻는 문항에 대해서는 복수의 응답으로 매니아와 동일한 개념이라고 답한 비율이 53.4%로 가장 높았고, 단순한 취미생활을 즐기는 것이라는 답변이 43.7%, 광팬과 동일한 개념이라는 답변이 35.9%였으며 광팬이나 매니아보다는 수

14) 前島賢(2010) 『セカイ系とは何か』ソフトバンク新書, pp.12-13.

15) 헤이세이오타쿠연구회 저·이석호 역(2019) 『오타쿠 문화사』 AK커뮤니케이션스, p. 96.

준이나 강도가 높은 전문가라고 답한 비율은 16.5%였다. 즉 한국에서의 덕후의 개념은 팬이나 매니아에 가까운 느낌으로 인식되고 있으며, 이것은 자신의 취미 생활과 크게 연관되어 있음을 알 수 있다.

그리고 덕후에 관한 느낌을 묻는 질문에서는 오타쿠와 마찬가지로 긍정적이지도 부정적이지도 않다는 의견이 57.3%로 가장 많았고, 그 다음으로는 취미생활을 적극적으로 즐기고 있는 멋진 사람이 35.9%, 대중문화에서의 전문가가 될 수 있는 가능성이 풍부한 사람이 26.2%인 것에 반해, 부정적인 이미지는 거의 없는 것으로 확인되었다. 이 항목은 한국 사람들이 생각하는 오타쿠와 덕후의 큰 차이점이라고 할 수 있다. 즉 일본 문화와 관련 깊은 요소들을 가지고 있으면서 다소 부정적인 느낌의 오타쿠와는 달리, 덕후는 취미 생활을 적극적으로 하고 전문가적 가능성을 가진 사람이라는 매우 긍정적인 평가를 내릴 수 있는 존재라는 것이다.

이상에서의 문항들에 대한 의견을 종합해 보면 한국의 젊은 세대는 덕후라는 단어를 거의 대부분 알고 있는데, 그 개념은 매니아나 광팬과 비슷한 것이며, 취미생활과 밀접한 관련이 있는 단어로 인지하고 있음을 확인할 수 있었다. 그리고 오타쿠를 일본 문화와 관련된 존재로 보는 것과 달리 덕후는 일본문화와는 크게 연관이 없는 존재인 것으로 인식하고 있음을 확인 할 수 있었다.

그리고 앞으로 덕후(덕후 생활)가 사회적으로 긍정적인 효과를 가져 올 수 있을 것이라고 기대하는가라는 질문에서 대해서는, 잘 모르겠다(49.9%) 이외에는 덕후들이 미래의 사회에서 큰 역할을 할 것으로 기대된다(32.1%)라는 의견이 기대되지 않는다(13.5%)라는 의견보다 높은 것을 드러냈다. 즉, 개인적인 취미 생활을 즐기는 매니아적인 존재가 덕후이므로 사회 일반적으로 기여할 수 있거나 영향을 미칠 수 있을 것이라는 생각까지는 잘 모르겠으나, 그러한 취미생활들이 발전한다면 부정적인 영향보다는 긍정적인 영향력을 미칠 수 있을 것이라 생각하는 사람들이 더욱 많음을 알 수 있었다.

그리고 덕후라고 하면 연상되는 단어를 선택하는 질문에서 코스프레, 만화, 애니메이션, 게임, 범죄, 피규어, 매니아, 성덕, 자기만족, 은둔형외톨이, 모에, 아이돌, 덕업일치, 차별, 덕후부심, 변태, 집착 등의 18개 단어 중 가장 높은 비율로 선택한 것은 아이돌, 매니

아, 애니메이션의 순서였다. 특이한 것은 변태나 집착, 범죄와 같은 부정적인 이미지의 단어는 6~0% 미만의 매우 소수의 의견이었다. 이것 또한 한국인이 생각하는 덕후에 관한 개념과 오타쿠와 덕후의 차이점을 다시 한번 확인 할 수는 결과라고 할 수 있다. 즉, 오타쿠는 일본문화와 관련된 것을 좋아하며 다소 부정적인 이미지도 가지고 있는 존재라고 인식하는 반면, 덕후는 매니아, 즉 자신이 좋아하는 일에 심취하는 것 또는 취미 생활과 관련된 이미지가 크게 작용하고 있다는 것이다. 이와 같은 사실은 자신도 무엇인가의 덕후가 되고 싶다고 생각하는가라는 물음에서도 확인할 수 있었다. 30% 이상의 사람들이 컴퓨터, 만화, J-POP, 애니메이션, 아이돌, 운동, 자동차 등의 덕후가 되고 싶다고 썼는데, 이러한 것은 자신이 관심을 갖고 있는 것이거나 자신이 좋아하는 일, 취미 등과 관련된 것들을 더 잘할 수 있고, 많이 할 수 있게 되기를 원하는, 이러한 것이 결국 덕후가 되는 것임을 의미한다는 뜻으로 해석할 수 있을 것 같다.

이상 한국인이 생각하는 덕후에 관한 개념들을 정리해 보면, 오타쿠와 비슷하지만 같지는 않다고 생각하고 있다. 특히 덕후는 팬이나 매니아와 같이 자신이 좋아하는 대상에 열중하고 심취하는 것, 그러한 행위와 성향을 일컫는다. 또한 긍정적인 이미지이며 미래 사회에 있어서 특히, 대중문화 등과 관련된 분야에서 전문가를 양성시킬 수 있는 가능성이 있으며 사회적으로도 기여할 수 있는 요소를 지니고 있는 존재라고 인식하고 있음을 확인할 수 있었다.

3.2 일본에서의 오타쿠

다음은 일본인을 대상으로 실시한 오타쿠에 관한 설문 결과이다.

첫째 오타쿠라는 존재를 알고 있느냐는 질문에는 응답자 전원이 알고 있다고 답변했다.

이는 이미 수십 년 간 주변인들과 각종 매체 등으로 인해 대중화되어있다고 할 수 있는 일본으로서는 단어 자체가 대중에게 매우 익숙한 단어이므로 당연한 결과라고 할 수 있다.

그리고 오타쿠라는 단어를 알게 된 계기를 묻는 질문에서는 방송, 신문, 잡지 등의 매체를 통해서와 주위에 오타쿠가 존재하고 있으므로 알게 되었다는 답변이 각각 44.4%씩으로 가장 많았다. 그 다음이 인터넷을 통해서가 35.6%로의 순으로 나타났다. 이 설문 결과도 유의미한 내용을 포함한다고 할 수 있다. 그 이유는 본 설문의 대상은 90년대 이후의 출생자들로 이미 오타쿠라는 단어를 익숙하게 접한 세대라고 할 수 있다. 이들에게서 오타쿠는 신문, 방송 등의 대중매체를 통해서도 흔히 접할 수 있는 존재였다는 점과 동시에 발달한 인터넷 매체를 통한 접근도 매우 용이했을 것임에 틀림없다. 또한 이전 세대와는 달리 오타쿠임을 숨기지 않고 당당히 드러내며 어떠한 분야에서든지 활약하는 오타쿠가 대폭으로 증가한 시기에 태어난 세대이므로 주변에 오타쿠들이 있어서 존재를 알게 되었다는 비율이 높게 나타난 것도 당연하다 할 수 있을 것이다.

그리고 오타쿠가 무엇을 하는 사람이라고 생각하는지에 대한 질문에서는 복수가능의 응답으로 77.8%의 사람이 자신이 좋아하는 것을 위해서 모든 것(돈, 시간, 노력 등)을 투자하는 사람이라고 답했고 62.2%의 사람들이 만화, 애니메 등에 대해서 잘 알고 있는 사람이라고 답했다. 그 이외에는 남들과는 다른 특별한 무엇인가를 하고 있는 사람이 20%, 위험한 범죄를 일으킬 수도 있는 사람이 2.2%라는 답변을 하였다. 즉, 일본인이 생각하는 오타쿠는 만화나 애니메와 같은 서브컬처 계통의 관심사를 위해서 자신이 가진 모든 것을 투자할 수 있는 사람이라고 생각하고 있다는 점이다.

그리고 오타쿠에 관한 느낌을 묻는 질문에는 대단하다가 66.7%, 흥미롭다가 22.2%, 기분 나쁘다가 6.7%, 무섭다가 2.2%라고 답변하였다.

본 연구자는 지난 2011년에 일본인 168명을 대상으로 동일한 내용의 설문 조사를 실시한 적이 있다.¹⁶⁾ 다양한 이유와 조건 등의 차이로 2011년과 2021년의 현재 상황을 단순 비교할 수는 없다. 그러나 일본인을 대상으로 오타쿠와 관련된 설문을 진행한 예가 드물고, 또한 동일한 질문에 대한 추적 조사라는 의미에서는 비교해 볼

16) 조홍미(2012) 앞의 논문, pp.86-107.

만 가치가 있다고 생각하여 참고로 하고자 한다.

2011년의 조사에서는 동일 질문에 대하여 55.6%가 자신이 좋아하는 것을 위해서 모든 것(돈, 시간, 노력 등)을 투자하는 사람이라고 답했고 32%의 사람들이 만화, 애니메 등에 대해서 잘 알고 있는 사람이라고 답했다. 그리고 남들과는 다른 특별한 무엇인가를 하고 있는 사람이 8.1%, 위험한 범죄를 일으킬 수도 있는 사람이 2.2%였다. 이 설문 결과의 결과는 10년 전과 현시점이 크게 차이는 없는 것으로 나타났다. 단, 주목하고 싶은 것은 오타쿠에 관한 느낌을 묻는 질문이다. 이 문항에 대해서 10년 전의 결과는 대단하다가 37.5%, 흥미롭다가 18.1%, 기분 나쁘다가 16.2%, 무섭다가 7.5%, 기타가 20.6%로 나왔다. 10년 전의 결과치와 현재의 결과치를 단순 비교해 보면, 오타쿠를 어떠한 이유에서든지 대단한 존재로 인식하고 있는 비율이 2배 가까이 증가했다는 점을 확인할 수 있다. 이와 더불어 오타쿠가 기분 나쁘다거나 무서운 존재라고 생각하고 있는 비율은 50%이상 줄었다는 사실이다. 즉 오타쿠에 대한 부정적인 이미지가 대폭 완화되었다는 것이 중요하다.

일본에서 오타쿠가 매스컴을 통해서 사회적으로 알려지기 시작한 것은 1989년의 불미스러운 사건¹⁷⁾이 계기가 되었다. 당시 범인의 방에서 발견된 수많은 만화책과 애니메이션 비디오테이프, 잡지 등을 두고 성인임에도 어린아이들의 취향을 벗어나지 못하는 전형적인 오타쿠에 의한, 오타쿠적인 범죄라는 식의 매도가 오타쿠에 대한 네거티브적인 이미지에 결정적인 영향을 미쳤다. 이렇듯 부정적인 이미지에서 시작되었던 오타쿠가 새로운 의미로 재인식되어 지기 시작한 것은 1990년대 후반의 일이다. 오타쿠임을 숨기지 않고 사회 전면에 나서면서 대중적인 의미에서의 다양한 활동을 전개한 것이 해외에서 많은 관심을 받게 되자 일본 내에서도 오타쿠에 관한 재탐구, 재인식이라는 결과를 가져오게 되었다.

즉 1990년대 이후의 출생자들은 오타쿠에 관해서 네거티브적인

17) 미야자키 츠토무(宮崎勤)에 의한 「사이타마(埼玉)유아연쇄살해 사건」을 말함. 당시 범인을 오타쿠로 규정하고 오타쿠를 잠재적인 범죄자로 보도한 것이 이후에 문제가 되었음.

인상보다는 열심히 탐구하고 정열적인 태도로 대중문화 분야에서 세계적인 업적도 남기는 사람들이라는 긍정적인 이미지를 어렸을 때부터 접했을 가능성이 크다고 할 수 있겠다.

그리고 오타쿠에 대해서 긍정적인 인상을 가지는 이유를 묻는 질문에 복수의 응답으로 84.4%가 열심히 자신의 취미생활을 하는 점을 꼽았고 42.2%가 만화, 애니메이션 등의 전문가라는 점, 그리고 31.1%가 엄청난 소비활동의 주체이며 사회, 문화, 경제 등에 영향력을 가지는 사람이라고 답했다. 이에 반해, 오타쿠는 긍정적이지 않다는 답에 응답한 것은 6.7%에 불과했다.

아울러 오타쿠에 대해서 부정적인 이미지를 가지는 이유를 묻는 질문에 오타쿠는 부정적이지 않다고 답한 비율이 복수의 응답으로 51.1%였다. 그리고 취미 활동에 극단적으로 빠지기 때문에 히키코모리, 인터넷 중독 등으로 이어질 가능성이 있다는 점과 사회성이 결여되어 있다는 의견이 각각 42.2%와 22.2%였다.

위의 내용을 정리해 보자면 오타쿠에 대한 긍정적인 면은 자신의 취미 생활을 열심히 하고 있다는 점이 가장 크고 대중문화 관련으로 전문가이며 큰 소비의 주체라는 점이라 할 수 있다. 반면, 오타쿠를 부정적으로 볼 수 있는 요인은 극단적 성향으로 무엇인가의 중독으로 이어질 위험성이 있다는 점과 사회성이 떨어질 수 있다는 점이었다. 단, 오타쿠에게서 부정적인 요소를 찾아 볼 수 없다는 의견이 50% 이상이라는 점은 매우 유의미하다고 할 수 있겠다.

그리고 오타쿠에 관한 인식의 변화를 단정적으로 설명할 수 있는 예가 일본의 공영방송인 NHK의 태도라고 할 수 있다.

오카다 도시오(岡田斗司夫)가 NHK의 「人間 MAP」이라는 프로그램 녹화 당시, 오타쿠라는 용어를 사용하지 말아달라고 주최 측으로 부터 권고 받았다고 한다. 프로그램 내용이 오타쿠에 관한 것이고 주인공이 오타쿠인 자신에 관한 내용이었다. 그는 오타쿠를 설명할 수 있는 용어는 오타쿠 이외에는 존재하지 않는다는 내용을 의지대로 발언했는데, 실제 방송에서는 오타쿠라는 단어는 전부 컷되고 내용도 오타쿠라는 단어를 피해서 편집되어 있었다고 한다.¹⁸⁾

NHK에서 오타쿠는 방송에 적절하지 않은 용어였기 때문이다.

그런데 NHK에서 2021년 4월에 방송된 「쿨재팬」이라는 프로그램에서는 아래와 같은 프롤로그를 남기고 있다.

일본에서 탄생한 「오타쿠」는 최근 십수 년 간 놀라운 정도로 진화하였다. 과거에 각광 받던 아니메와 게임, 만화 등의 애호가였던 오타쿠는 어디까지나 「특이한 사람」이라는 이미지였다. 그랬던 것이 지금은 일본 전국 총 오타쿠인 시대. 대학생의 약 60%가 자신을 오타쿠라고 인식하고, 여고생의 약 80%가 오타쿠에 호인상을 가지고 있다고 한다. 오늘날 「Otaku」는 세계 공용어. 도대체 최근 수십 년 사이에 무엇이 바뀐 것일까. 오타쿠 세계의 최신사정을 살펴본다.¹⁹⁾

오타쿠 발생 초기부터 지난 수십 년간 NHK에서 계속 방송 금지 용어였던 오타쿠가 지난 몇 년 사이에 용어의 사용은 물론이고 존재에 관한 탐구를 기획적으로 방송하고 있다는 자체가 부정적인 이미지, 인식은 옅어지고 긍정적인 면을 부각시키고 더욱 활성화시키고자하는 의도를 충분히 표현하고 있다고 볼 수 있다.

그리고 오타쿠가 사회적으로 도움이 될 것으로 기대하는지와 오타쿠가 가진 힘과 관련 문화가 더욱 확대될 것이라 생각하는지, 오타쿠가 다양한 분야에서 더욱 활발한 활약을 할 것이라고 생각하는지 등의 오타쿠에 관한 기대와 활약에 관해 묻는 비슷한 종류의 질문에 대해서는 ‘매우 기대한다’와 ‘다소 기대한다’ 등의 긍정적인 응답이 ‘전혀 기대하지 않는다’와 ‘별로 기대하지 않는다’의 부정적인 응답보다 6~8배 정도 많다는 결과가 나왔다. 즉 사람들은 오타쿠가 앞으로 다양한 분야에서 많이 활동할 것으로 생각하고 있으며 이들에 의한 관련 문화도 더욱 발전하게 될 것으로 기대하고 있다는 의미가 된다. 또한 이들의 활약이 사회적으로도 많은 영향을

18) 「「オタク」って差別用語なんだよ。知ってた?」 <http://blog.freex.jp/archives/51481787.html>(閲覧日:2021.11.10)

19) 「COOL JAPAN~発掘! かつこいいニッポン」 <https://www.nhk.jp/p/cooljapan/ts/P2RMMPW5JM/episode/te/X65KW3W1J2/> (閲覧日:2021.09.06)

끼치고 도움도 될 것으로 기대하고 있다는 말이다.

마지막으로 오타쿠와 관련이 있다고 생각하는 키워드를 선택하라는 문항²⁰⁾에 대해서 복수 가능한 응답으로 가장 많은 사람들이 관련 키워드로 선택한 것은 애니메이션(86.7%)과 만화(75.6%), 게임(71.1%), 피규어(71.1%)였다. 그리고 아키하바라(秋葉原)를 선택한 비율이 55.6%이고, 후조시(腐女子)가 46.7%이며 모에(萌え)와 관련이 깊다고 답한 사람의 비율이 40%였다.

애니메이션과 만화 게임, 피규어 등은 한국과 일본이 오타쿠 또는 덕후라는 단어를 떠올릴 때 자연스럽게 연관 키워드로 떠올리는 단어이다. 그러나 메이드 복장의 소녀들이 거리를 누비며 호객을 유도하는 것으로 유명한 오타쿠의 거리인 아키하바라(秋葉原)와 여자 오타쿠를 일컫는 용어이자, 소설, 영화, 만화 전반에 걸친 일종의 트렌드를 형성하고 있는 후조시(腐女子), 그리고 탐닉하고 애정하고 심취하는 오타쿠의 본성을 가장 잘 표현하는 단어인 모에(萌え)는 앞서 언급한 바와 같이 일본에서만 높은 관련성이 있는 요소들이라고 생각하고 있다는 사실을 확인할 수 있었다. 이 점이 한국과 일본의 오타쿠에 관한 인식에 있어서는 또 하나의 중요한 포인트가 될 것 이라고 생각한다.

4. 결론

본고에서는 오타쿠와 덕후에 관한 개념을 정리하고 한국인이 생각하는 오타쿠와 덕후는 어떤 사람인지, 일본인이 생각하는 오타쿠는 어떠한 사람인지에 관한 것을 설문 조사를 통하여 조사해 보았다.

오타쿠는 열정과 몰입으로 대상을 탐닉하고, 관련 제분야에 있어서의 해박한 지식을 소유하며 대상에 지배당하는 것이 아니라 대상을 자신의 것으로 소화할 수 있는 능력을 가진 사람이다. 그리고

20) 문항의 예시는 코스프레, 만화, 애니메이션, 게임, 피규어, 인터넷, 매니아, 집착, 자기만족, 히키코모리, 모에(萌え), 성공의 상징, 후조시(腐女子), 아키하바라(秋葉原), 범죄, 차별 등의 16개 항목이며, 선택은 복수의 선택이 가능하다.

중요한 것은 이러한 취향과 성향이 충만한 사람, 그러한 것을 최고의 가치라고 생각하는 사람이라고 정의할 수 있다.

덕후는 오타쿠에서 음을 차용한 이후, 한국적인 정서와 상황들이 가미되면서 취미 생활뿐만이 아니라 일상생활에 있어서도 무엇인가를 열심히 하는 사람까지를 일컫는 말로 그 범위가 확대되고 있다.

한국인이 생각하는 오타쿠와 덕후에 관한 설문 조사의 결과 한국의 소위 MZ세대로 불리는 젊은 세대는 대부분이 오타쿠라는 용어를 알고 있다. 그리고 덕후와 비슷한 개념인데, 특히 애니메, 게임, 만화 등과 관련된 일본 문화를 좋아하고 즐기는 사람들을 일컫는 단어로 인식하고 있다. 또한 이미지는 긍정적인 느낌보다는 부정적인 이미지가 더 우세하다고 할 수 있다. 그 이유는 오타쿠가 한국에 처음 소개될 당시, 모 예능프로그램에서 만화 속 캐릭터와 결혼한 남자의 사연, 일본문화에 관한 한국인의 부정적인 시선, 유교적 사상에 입각한 편견 등이 작용하였으리라 생각해 볼 수 있다.

그리고 덕후는 자신이 좋아해서 하는 행위, 보람을 느끼면서 열중하고 심취하는 분야 등을 일컫는 말로 매니아에 가까운 의미로 쓰이고 있다. 오타쿠가 다소 부정적인 이미지인 것에 반해, 덕후는 매우 긍정적이고 미래지향적이고 희망적인 존재로 인식하고 있음을 알 수 있다.

그리고 일본인이 생각하는 오타쿠는 과거의 부정적인 이미지를 벗고 매우 긍정적인 의미로 받아들여지고 있음을 확인할 수 있었다. 그 이유는 세계적으로 활약하고 있는 오타쿠의 성공과 그들에 의한 대중문화계의 발전 및 확산되는 관련 인구와 산업 등의 영향이 지대할 것이라 생각해 볼 수 있다. 또한 한국과는 달리, 오타쿠의 거리 형성과 열정적으로 모에하는 자세, 여자 오타쿠인 후조시의 확대 등이 일본에서의 오타쿠문화, 산업의 확산, 발전을 의미하고 이러한 효과가 가시적으로 나타나는 것이 대중적인 의미에서의 오타쿠에 관한 인식의 변화를 이끌고 있는 것이라고 생각된다.

오타쿠와 덕후라는 키워드를 통해서 한국과 일본인이 지니는 특유의 감성과 정서, 기질의 공통점과 차이점을 이해하는 것이야말로 한일 양국 관계를 이해하는데 유의미한 작업이 될 수 있을 것이라 생각한다.

참고자료

- 강준수(2017) 「『아들과 연인』에 나타난 오타쿠 감성」 『스토리엔이미지텔링』 제13집, 건국대학교 스토리엔이미지텔링연구소, pp.13-42.
- 김정희(2016) 「오타쿠 문화에서의 이야기 향유패턴의 수용과 초월-『별의 목소리(ほしのこえ)의 탄생』을 중심으로-」 『비교일본학』 제43집, 한양대학교 일본학 국제비교연구소, pp.107-122.
- 명관도·김경희(2016) 「오타쿠 콘텐츠의 신화적 요소와 욕망에 관한 연구: ‘전쟁병기 미소녀’를 중심으로」 『글로벌문화콘텐츠학회 2016년 동계학술대회 자료집』 글로벌문화콘텐츠학회, pp.216-222.
- 박병률(2016) 『아이언맨 수트는 얼마에 살 수 있을까?』 애플북스, pp.38-41.
- 아즈마히로키 저·이은미 역(2007) 『동물화하는 포스트모던』 문학동네, p.17.
- 오카다토시오 저·김승현 역(2000) 『오타쿠』 현실과 미래, pp.12-42.
- 장강명(2014) 『열광금지, 에바로드』 연합뉴스, pp.69-70.
- 조홍미(2012) 『오타쿠에 관한 인식 연구』 경상대학교 일반대학원 박사학위논문 pp. 86-107, pp.122-123, p143.
- 헤이세이오타쿠연구회 저·이석호 역(2019) 『오타쿠 문화사』 AK커뮤니케이션스, p.96.
- 萩原真(2011) 『なぜ宮崎駿はオタクを批判するのか』 国書刊行会, pp.181-182.
- 斎藤環(2010) 『博士の奇妙な成熟』 日本評論社, p.51.
- 前島賢(2010) 『セカイ系とは何か』 ソフトバンク新書, pp.12-13.
- 네이버 지식백과 『게임에 대한 관심의 시작』 <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2166939&cid=50857&categoryId=50857>(검색일 : 2021.01.11)
- 「애니·게임 마니아들의 정체 분석」 『경향신문』(2000.10.23) <https://www.khan.co.kr/article/200010231745331>(검색일 : 2021.11.09)
- 「『오타쿠』って差別用語なんだよ。知ってた?」 <http://blog.freeex.jp/archives/51481787.html>(閲覧日 : 2021.11.10)
- 「COOL JAPAN~発掘! かつこいいニッポン」 <https://www.nhk.jp/p/cooljapan/ts/P2RMMPW5JM/episode/te/X65KW3W1J2>(閲覧日 : 2021.09.06)
- Wikipedia 「萌え」 <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E8%90%8C%E3%81%88>(閲覧日 : 2021.11.09)

〈Abstract〉

A Study on the Meaning and Popularization of Otaku and Dukhoo

Cho, Hong-Mee

Currently, words such as Dukhoo, Dukjil, and Dukhoo-busim have had wide currency in Korea. This social phenomenon reflects the reality of young people who are trying their best to search for happiness and excitement despite the hardship of their lives.

The term Dukhoo originates from the Japanese Otaku. After its first appearance in Japan's society in 1980s, the latter originally had a negative connotation and Otaku people were frowned upon by most people. However, over the past 40 years, the achievements of many Otakus have been socially well recognized and widely reevaluated by the public, and nowadays, they are perceived as positive and hopeful people. The word Dukhoo has become popular in Korean in the same way Otaku did in Japan, combined however with a Korean sentiment. In other words, there are two types of Dukhoo: Otaku, which had been introduced in the early 20th century with a rather negative image, and Dukhoo, which, while derived from the Japanese 'Otaku', was reborn as a Korean expression.

Thus, in this study we are going to establish the concepts of Japanese 'Otaku' and Korean Dukhoo and explore how these existences are accepted in both Korea and Japan through a survey. Furthermore, by examining the change in meaning and perception of Otaku and Dukhoo in the public opinion, we will consider the role of Otakus in the future of the Korean society.

Key words : Otaku, Dukhoo, Mania, Popularization, change in recognition

투 고 일 : 2021년 10월 12일
심 사 일 : 2021년 10월 18일
게재확정일 : 2021년 11월 05일

