

## 귀여움과 장애, 기형적인 것의 향유\*

권유리아\*\*

### 차 례

- |                      |                       |
|----------------------|-----------------------|
| 1. 서론                | 4. 캐릭터, 데이터베이스의 소비와 동 |
| 2. 미니어처, 경배와 경멸의 사물화 | 물화                    |
| 3. 반려동물, 공포와 매혹의 착시  | 5. 결론                 |

### 국문초록

이 연구는 대중문화 콘텐츠에서 등장하는 귀여움을 가시적인 낙인이 없는 장애상황으로 규정한다. 귀여움은 미(美)와 그로테스크의 경계에 걸쳐 있는 대단히 불균형한 감정이다. 귀여움은 기형적인 존재가 놓여 있는 장애상태를 전혀 다른 성격의 판타지의 형태로 인지되는 독특한 감정인 것이다. 작고 무력한 존재가 전적으로 자신의 보호 아래 있다는 생각이 황홀감으로 바뀔 때 귀여움의 판타지가 작동한다. 미성숙한 것을 아름다움으로 긍정하려는 마음의 준비가 있기 때문에, 일단 귀여움이라는 단어가 개입되면 대중들은 금방 황홀감에 빠져 귀여움의 결핍상황을 인지하지 못할 뿐이다.

\* 이 논문은 2018년도 부산외국어대학교 학술연구조성비에 의해 연구되었음.

\*\* 부산외국어대학교 만오교양대학 조교수

따라서 친밀성의 사회에서는 귀여움에 내재된 장애상태를 쉽게 인지하지 못한다. 결핍과 불편함이 친밀감 속으로 숨어들었을 때, 이를 구별해 내기가 쉽지 않은 것이다. 오히려 이례적이고 강렬한 자극을 갈구하는 대중문화사회에서 장애는 더욱 매력적인 상품으로 각광받는다.

이 연구는 귀여움의 본질을 유아적 판타지로 규정하고, 걸그룹 소녀, 반려동물, 오타쿠의 캐릭터를 통해서 귀여움의 결핍상황이 대중적 유희의 대상이 되는 과정을 고찰하고자 한다.

첫째, 걸그룹의 글로벌한 인기의 요인을 작고 양증맞은 미니어처에 대한 우월한 관음의 욕망으로 이해한다. 미니어처적인 의미를 갖는 걸그룹 소녀들, 경배와 경멸의 시선을 동시에 받는 소녀들의 무력한 상황이 글로벌한 문화상품이 되는 동력이 되고 있다.

둘째, 반려동물의 등장을 인구수 급감으로 인한 사회적 공백을 메우려는 필연적인 현상으로 파악한다. 반려동물이 인간 사회 내부로 들어오면서 생기는 공포를 귀요미 동물에 대한 행복으로 바꾸어 내는 공포와 매혹의 착시 현상을 다룬다.

셋째, 오타쿠들은 캐릭터가 놓여 있는 현실 서사를 삭제하고 캐릭터의 외양과 관련된 데이터베이스만을 소비하는 동물적인 삶을 보여준다. 이들은 원본의 진정성에 애착을 갖지 않으며, 인간성이 동물성과 데이터베이스 수준으로 분열된 채 공존하는 장애상황 자체가 유희의 테마가 됨을 고찰한다.

‘걸그룹 소녀→반려동물→오타쿠 캐릭터’로 이어지는 과정을 ‘미니어처에 대한 관음의 쾌감→공포와 매혹의 착시→허구적 데이터베이스의 향유’에 대응시켜 장애 상태가 글로벌한 문화적 유희의 대상으로 이행하는 양상을 고찰하고자 한다.

주제어 : 귀여움, 귀요미, 장애, 유아적 판타지, 걸그룹, 반려동물, 오타쿠, 캐릭터, 미니어처, 데이터베이스, 사물화, 동물화, 스노비즘

## 1. 서론

현대적 생활양식에서 친밀성은 대단히 중요하다. 지역공동체와 친족의 유대가 약화된 자리에 인공적인 친밀감이 들어선다. 특정 행위, 상호작용, 생산과 소통과 같은 사회의 시스템은 친밀성을 고려하여 구조적으로 연동되고 있다. 이런 사회에서 친밀성은 본능이 아니라, 사회적 시스템을 대신하는 문화적 인공물, 사회적 구성물로 의미의 범주가 달라진다. 개인들은 삶의 잣대와 행위의 준거들을 친밀성이라는 개인적 차원으로 내면화한다.

귀여움은 이러한 현대적 분위기에 최적화되어 있다. 귀여움의 감정은 인종·민족·젠더·연령·계층의 차이를 보이지 않는 문화적 무취의 특성으로 글로벌 사회를 구성하는 하나의 환경이 되고 있다. 사실 강렬한 체험을 갈구하는 친밀성의 사회에서 무겁고 진지한 것은 용납되지 않는다. 귀여움은 무게를 느끼게 하지 않고, 상대적으로 중요하지 않은 듯한 유아적 감성으로 글로벌 대중의 공감을 쉽게 이끌어 낸다. 기형적이지만 야만적이지 않고, 가볍지만 사랑스러우며, 친밀하지만 퇴폐적이지 않다고 여기는 것이 귀여움의 감정이다. 이런 이유로 작고 앙증맞고 뒤통거리는 기형적인 귀요미<sup>1)</sup>에게 느끼는 유아적 행복감은 글로벌 문화시장에서 보편적으로 사랑 받는 테마가 되고 있다.

이제 한국사회에서 귀요미는 이미 그 자체로 거대산업으로 성장하고 있다. 캐릭터·게임·애니메이션은 물론 관광·스포츠·외교·키덜트·명품 브랜드와의 콜라보레이션<sup>2)</sup> 등 귀요미는 국경을 뛰어넘어 인간 삶

1) '귀요미'는 귀여둥이를 더욱 귀엽게 표현한 말이다. 귀요미는 귀여운 사람, 동물, 사물에게 두루 쓰는 말이다. 본고에서도 사람, 동물, 캐릭터, 이미지 등 귀여움을 받는 대상 모두를 통칭하여 '귀요미'로 표현하고자 한다.

2) 해외 이용자가 많은 라인의 캐릭터는 해외 유명 브랜드와의 협업이 대세다. 라인 프렌즈는 스웨덴 왕실 도자기 브랜드인 구스타프 베리, 독일 만년필 브랜드 라미, 일본 보온병 써모스, 미국 가방 브랜드 썬소나이트, 프랑스 화장품 록시땅 등에

의 전영역에 등장하고 있다. 따라서 귀여움의 정서를 일본적인 것<sup>3)</sup>으로만 국한해서 보는 것은 현실과 맞지 않다. 고도의 경제 성장으로 기반으로 한 사회에서는 개인적인 취향의 문화, 유희 중심의 라이프스타일, 독특한 수집문화 등과 맞물리면서 귀여움은 일본뿐 아니라 미국·중국 등을 넘어 한국사회에서도 거대한 산업군으로 급성장 중<sup>4)</sup>이기 때문이다. 언어와 국적, 민족과 성별 등 어떠한 차이도 만들어내지 않는 글로벌 문화적 무취의 테마로 귀요미 시장이 한국사회에서 전면화하고 있는 것이다.

상황이 이런 데도 귀여움은 진지한 연구 대상으로 인정받지 못하고

---

자사 캐릭터를 그려 넣었다. 이모티콘 캐릭터가 패션 잡지의 표지모델로 발탁되거나 팬들을 모아놓고 캐릭터 생일파티를 열기도 한다. 캐릭터 브라운과 코니는 외교통상부가 위촉한 해외 안전 여행 명예외교관이기도 하다. 「‘메신저 귀요미’ 산업 효자 됐다」, 『국민일보』, 2017.3.3.

- 3) 일본은 아예 정부 차원에서 쿨 재팬 사업의 일환으로 가와이대사를 임명하고, 가와이문화를 국가 브랜드로 활용해 문화상품으로 전략화하고 있다. 헬로 키티는 캐릭터 왕국 일본의 선두주자이면서 비즈니스 측면에서도 전세계적으로 높은 수익을 내고 있는 메가파워 브랜드다. 이외에 애니메이션 <세일러문> <포켓몬스터> <도라에몽> 등 초히트 상품은 수 없이 많다. 김경희, 「글로벌을 향한 일본의 소프트 파워-가와이(KAWAII) 문화를 중심으로」, 『일본학연구』 42, 일본연구소, 2014, 11-14쪽; 한국의 경우도 귀요미 캐릭터 시장의 매출규모는 4조55백억 원에 달한다. 국내 문화산업 총매출액의 7.85%를 차지한다. 유럽에서 선풍을 불러일으키는 뽀로로는 화폐가치 기준에서 이미 푸우를 앞섰다. 돌리와 마사마로는 중국시장 공략에 나섰으며, 뿌까는 중국에서 이미 선풍을 거두고 북미지역에 진출했다. 고영숙 외, 「자포니즘(Japonisme)에 나타난 복식미 연구」, 『패션 비즈니스』 13(2), 한국패션비즈니스학회, 2009, 10쪽.
- 4) 키덜트 시장은 국내에서도 이미 1조 원을 훌쩍 넘어섰다. 이제 단순한 유아용 완구라는 개념을 넘어 피규어 재테크, 레고 재테크라 부를 만큼 유아성은 성인의 세계의 형질을 바꾸어 놓고 있다. 조립완구 레고, 프라모델 건담과 같은 완구를 넘어 필립스 스타워즈 면도기, 트랜스포머 시리즈를 본뜬 소형 드론, 아이언맨 무선 물걸레 청소기 등 실생활에서 키덜트 관련 제품이 속속 출시되고 있다. 이는 야마하 뮤직코리아, 류이치 사카모토 특별전에 공식협찬에 나서기도 했다. 키덜트 전문 매장과 편집숍도 속속 등장하고 있다. 「피규어 사는 데 수천만 원... 키덜트 시장 1조 ‘훌쩍」, 『한국경제』, 2018.4.3; 「1조 원 시장’...“키덜트 족을 잡아라」, 『중앙일보』, 2017.7.4.

있다. 이는 귀여움을 일본 사회 고유의 역사적 특성으로 이해하는 데에서 벗어난 현상이다. 물론 귀여움이 일본으로부터 비롯된 것은 부인할 수 없는 사실이지만, 귀여움을 가능하게 하는 일본의 상황이 이제는 한국사회에도 상륙하고 있는 현실이 진지하게 고려할 필요가 있다.

더욱 중요한 이유는 귀여움과 관련된 문화가 한 사회의 정통적이면서 전통적인 위상을 지닌 중심문화에 비하면 하위문화 또는 서브컬처에 속하는 영역으로 폄하하려는 관습적 억압이 작동하기 때문이다.<sup>5)</sup> 귀여움에 탐닉하는 그룹을 사회 부적응자로 폄하하며, 이들의 깊이와 취향을 인정하지 않는 분위기가 여전하다. 그리하여 귀여움 연구는 주로 애니메이션이나 캐릭터와 관련짓는 수준이거나<sup>6)</sup>, 산업적인 가치만을 고려하여<sup>7)</sup>, 이를 진지한 문화론적 차원으로 접근<sup>8)</sup>하는 경우는 많지 않다.

- 
- 5) 김경희, 『글로벌을 향한 일본의 소프트파워-‘가와이(KAWAII)’ 문화를 중심으로』, 『일본학연구』 42, 일본연구소, 2014, 71-72쪽.
- 6) 사실 애니메이션 캐릭터 연구물들은 대부분 귀여움을 전제로 연구되고 있다. 하지만 이들 연구는 귀여움을 애니메이션의 영역 내로 넣어서 접근하고 있어서, 귀여움 자체를 연구 대상으로 하지는 않고 있다. 김수정, 『애니메이션 영화에 나타난 ‘장난꾸러기 캐릭터’의 특징연구』(『Journal of Integrated Design Research』 15(3), 인제대학교 디자인연구소, 2016), 한창완의 『일본식 가와이 코드의 한일 캐릭터 분석연구』(『한국디자인포럼』 30, 한국디자인트렌드학회, 2011) 등 귀여운 캐릭터 자체에 대한 연구는 그렇게 많지 않다.
- 7) 귀여움을 산업적인 차원에서 다룬 연구는 상당히 많다. 김보현 외, 『귀여움을 활용한 지능형 소셜로봇의 디자인 가이드라인 연구』(『한국HCI학회 학술대회』, 한국HCI학회, 2018), 왕조 외, 『가구 디자인의 흥미성과 선호도에 관한 연구』(『Archives of Design Research』 24(4), 한국디자인학회, 2011), 박병철, 『IT산업에 나타난 캐릭터 이미지에 관한 연구』, 『디지털디자인학연구』 13(4), 한국디지털디자인협의회, 2013) 등 수를 헤아리기 어려울 만큼 많다.
- 8) 이 중에서 정신영의 『일본 현대미술과 대중문화 속 귀여움과 폭력성의 공존 가능성 : 나라 요시토모의 소녀 이미지를 중심으로』(『일본문화연구』 55, 동아시아일본학회, 2015)와 김효진의 『‘귀여운’ 역사는 가능한가?: 『헤타리아』를 통해 본 초국가시대의 일본오타쿠문화』(『일본학연구』 28, 일본연구소, 2009), 류영진의 『아즈마 히로키(東浩紀)의 데이터베이스 소비론과 한국소비문화에의 시사점에 대한 탐색적 고찰』, (『사회사상과 문화』 18(3), 동양사회사상학회, 2015)은 귀여움을 대중, 소비, 글로벌이라는 문화적인 차원에서 접근하여 귀여움 연구의 가능성을 한

어떤 현상이 양적으로 많아지거나, 빈도가 증가하거나, 시간적으로 압축될 때 여기에는 반드시 어떤 질적으로 심대한 의미가 있기 마련이다. 본고는 귀여움이 전면적으로 전개되는 상황을 장애상황<sup>9)</sup>으로 보고자 한다. 장애에서 중요한 것은 고통과 불편함 그 자체보다 장애가 어떻게 왜곡되어 사회적으로 재현되는가 하는 인식의 문제이다. 의학적으로 확진된 장애보다 사회적으로 해석·왜곡·재현되는 콘텍스트적인 장애의 상황을 더 따져보아야 한다는 것이다. 장애상황은 이른바 표준으로 말해지는 흐름으로부터 이탈해 있어서 기형의 존재로 간주되고, 이로 인해 사회적 존재감을 박탈당하여, 자신의 생존을 누군가에게 전적으로 의존해야 하거나, 암묵적인 혐오감 속에서 그 존재가 왜곡·재현되는 제반 상황으로 정리할 수 있다.

현대사회에서 노령화·미성숙·이례성·추함·유아성<sup>10)</sup> 등 표면적으로는 장애와 무관해 보이지만, 결과는 명백하게 장애상황인 경우가 적지 않다. 이렇게 초점을 장애에서 장애상황으로 옮겨가면, 의학적으로 확진된 장애(인)이라는 협소한 지점에서 벗어나 장애의 특성이 내재된 다양한 테마로 논의의 폭을 확장할 수 있게 된다.

귀여움도 이러한 흐름에서 보면, 대단히 흥미로운 점이 발견된다. 즉 귀여움을 장애로 보는 데 주저할 만한 측면이 적지 않다. 통상적으로 장애는 추한 대상에서 혐오를 느끼는 개념인데, 유독 귀요미에 대해서는 비정상적인 측면보다는 사랑스럽고 애뜻해 하는 감정만이 부각되는 것이 사실이다. 그러나 면밀히 들여다 보면, 귀여움은 장애라는 가시적인 낙인이 없지만, 실상은 분명한 장애상황 속에서 감지되는 감정이다. 콘텍

---

차원 높여 놓았다.

- 9) 본고는 장애가 아닌 '장애의 상황'에 주목한다. 귀여움은 어느 특정 개인에게 한정된 것이 아니라 대부분의 대상에게, 빈번하게 등장하는 감정을 향유하는 하나의 상황이기 때문이다.
- 10) 베네딕테 잉스타 외 엮음, 김도현 옮김, 『우리가 아는 장애는 없다』, 그린비, 2011, 19-38쪽.

스트로서의 장애상황은 하나의 대상을 한 사회가 어떻게 이해하고 해석하고 확정하여 이데올로기화 하는가 하는 인식의 문제이다. 이점에서 보면, 귀여움은 미(美)와 그로테스크의 경계에 걸쳐 있어서<sup>11)</sup> 안정감이 흐트러지고 무언가 충족되지 않은 상황에서 나타나는 감정이다.

즉 그로테스크한 대상을 사랑스러운 존재로 번역하는 과정에는 귀여워하는 존재와 귀여움을 받는 자 사이의 극복하기 어려운 힘의 불균형이 내재해 있다. 강한 자의 힘에 포섭된 자, 길들여지거나 사육된 자들이 귀여움의 대상이다.<sup>12)</sup> 귀요미들은 증명하지 못하여 뒤뚱거리는 자, 독자적으로 삶을 추구할 수 없어서 누군가의 돌봄을 받아야 하는 추하고 무력하고 미성숙한 약자들이다. 단적으로 말해서 귀여움은 강자가 장애상태에 있는 약자에게 느끼는 권력감정이다.

그러나 귀여움은 가시적인 장애의 낙인이 없다. 귀여움은 이러한 장애상태가 전혀 다른 성격의 판타지의 형태로 인지되는 대단히 독특한 감정이다. 이는 귀여움이 뺏고 때리는 아버지의 권력이 아니라, 가여워서 사랑하고 지켜주려는 어머니의 권력이기 때문이다.<sup>13)</sup> 따라서 작고 무력한 존재가 전적으로 자신의 보호 아래 있다는 생각이 황홀감으로 바뀌는 귀여움의 판타지가 작동한다. 미성숙한 것을 아름다움으로 긍정하려는 마음의 준비가 있기 때문에, 일단 귀여움이라는 단어가 개입되면 대중들은 금방 황홀감에 빠져 이를 장애상태로 인지하지 못한다.

친밀성의 사회에서는 장애가 쉽게 가시화 되지 않는다. 결핍과 불편함이 친밀감 속으로 숨어들었을 때, 이를 구별해 내기가 쉽지 않다. 이례적이고 강렬한 자극을 갈구하는 사회에서 장애는 더욱 매력적인 상품으로 각광받는다. 근대의 장애가 배제되는 것이라면, 현대의 장애는 공유하는 것이고, 이중에서도 미디어 콘텐츠 산업에서 장애상황은 자극적인 문화상품으로 소비하는 것<sup>14)</sup>이다. 이런 사회에서 장애는 치유와 교화의 대

11) 요모타 이누히코, 장영권 옮김, 『가와이이 제국 일본』, 펜타그램, 2013, 215쪽.

12) 요모타 이누히코, 위의 책, 25쪽.

13) 요모타 이누히코, 위의 책, 37-44쪽.

상이 아니라, 유희의 대상으로 성격이 달라진다. 스펙터클과 판타지가 중요해지는 시대에 친밀성 속으로 숨어든 장애는 그 자체만으로 강렬한 자극제가 되는 것이다.

이 연구는 귀여움의 핵심을 유아적 판타지로 규정하고, 유독 유아적 판타지가 집중되는 소녀, 반려동물, 캐릭터를 비가시적인 장애상황으로 주목하고자 한다. 첫째, 걸그룹의 글로벌한 인기의 요인을 작고 앙증맞은 미니어처에 대한 우월한 관음의 욕망으로 이해한다. 미니어처로 사물화된 소녀, 이들의 무력감이 글로벌한 귀요미 상품으로 인기를 얻는 현상을 조명한다. 둘째, 반려동물의 등장을 인구수 급감으로 인한 사회적 공백을 메우려는 필연적인 현상으로 파악한다. 반려동물이 인간 사회 내부로 들어오면서 생기는 공포를 귀요미 동물에 대한 행복으로 바꾸어내는 공포와 매혹의 착시 현상을 다룬다. 셋째, 오타쿠들의 캐릭터 소비 취향에서 성숙한 어른의 세계를 포기하고 유아의 치기어린 세계로 이행하려는 문화적 트렌드에 주목한다. 캐릭터의 현실 이야기보다는 이와 관련된 정보 데이터베이스만을 소비하는 현상을 고찰한다. 즉 본고는 귀여움을 ‘걸그룹 소녀→ 반려동물→ 오타쿠 캐릭터’로 이어지는 과정을 ‘인간→ 동물→ 가상의 이미지’로 확장되는 계기적 과정으로 접근하여, 귀여움이 현대사회의 인간 삶을 어떻게 속물적이고 동물적인 것으로 변모시키는 장애상황을 연출하는가를 확인하고자 한다.

## 2. 미니어처, 경배와 경멸의 사물화

아리스토텔레스 시대에는 귀여움이라는 개념이 없었다. 오직 아름다

- 14) 이미 오래전부터 대중문화, 그중에서도 예능의 중요한 트렌드는 흔히 정상의 범주에서 멀리 떨어진 캐릭터와 상황의 향유이다. 외모, 지능, 언행, 성격 등 다양한 차원의 장애적 특성을 가진 존재들이 꾸준히 사랑 받고 있다. 게임, 공포영화, 애니메이션 등은 장애상황을 주된 테마로 하고 있는 대표적인 장르이다.

움밖에 없었다. 아름다움은 조화와 균형으로 충만하여, 적당한 거리에서 알맞은 분량으로 감상하는 우아하고 안정된 감정이다. 미학의 역사에서 고전주의에서 바로크로, 그리고 낭만주의로 이어져가는 동안에도 귀여움이 중심에 놓인 적은 없었다.<sup>15)</sup>

그러나 현대에 와서는 이 균형과 조화가 무너지기 시작한다. 귀여움은 이러한 배경에서 등장한다. 귀여움은 그로테스크와 사랑스러움이 동시에 작용하는 부조화의 미학이다. 신체가 기형적이거나, 작고 어리석고 미성숙한 존재, 몸집이 크고 완력이 강하더라도 정신적으로 연약하여 누군가에게 의존해야 하는 존재를 사랑스럽게 여기는 감정이 귀여움이다.

여기에는 육체적으로든 정신적으로든 대상을 작은 것으로 축소시켜 이를 우월한 시선으로 바라보며 행복을 느끼는 미니어처의 원리가 작동한다. 극단적으로 작은 존재는 무력하다. 현실의 구체성이 없이 극단적으로 축소된 미니어처는 무정체성의 사물로 전락한다. 미니어처는 현실의 맥락으로부터 이탈하여 몽상의 영역으로 던져진다.

미니어처에 대한 애정은 이들이 위협이 되지 않는다는 안도감에서 나온다. 현실에 속해 있지 않으므로, 어떤 이익을 놓고 다툴 여지가 없는 안전한 존재라는 생각을 하는 것이다. 일단 미니어처로 축소되며 대상은 규모의 축소로 인하여 현실의 구체성을 잃어버린 무력한 존재가 된다. 대중들은 여기에서 현실 권력의 대상에서 제외된 무력한 인형이나 캐릭터의 유아적 외양에서 적대감이 없는 무한한 향수를 느끼는 것이다.

하지만 작고 취약한 존재에 애정을 느끼는 이면에는 이에 대한 가학적인 관음의 쾌감이 작용하고 있다. 어린 대상을 자기 마음대로 할 수 있다는 강자의 쾌감이 자극되는 것이다. 엔터테인먼트의 스타시스템들은 이를 걸그룹의 기획에 적극 활용하고 있다.<sup>16)</sup> 1990년 후반 걸그룹 1

15) 요모타 이누히코, 장영권 옮김, 『가와이 제국 일본』, 펜타그램, 2013, 106쪽.

16) 방송가에서 실패하지 않는 대중적인 캐릭터로 섹시와 큐트(cute), 그리고 코믹이 대표적이다. 이중 큐트는 그 안에 섹시와 코믹을 허용한다. 큐트가 작고 어린 존재에 대해 느끼는 너그러움이기 때문에 민감한 섹시의 감정, 그리고 중성

세대인 SES와 핑클이 요정 컨셉을 전면에 내세웠고, 2000년대 후반 이후 본격화한 걸그룹들도 어린 소녀라는 키워드는 더욱 부각시켰다. 2009년 소녀시대의 <지(Gee)>가 가요계를 강타하고, 에프티스쿨, 티아라, 에프엑스(f(x)), 2010년 이후 씨스타, 에이핑크, AOA, 레드벨벳, 2015년 이후 트와이스, 블랙핑크 등<sup>17)</sup>이 가요계를 휩쓸 수 있었던 이유 속에는 미니어처에 대한 가학적 관음의 쾌감이 중요하게 작동하고 있다.

걸그룹에 대해서 천편일률적으로 언급되는 예쁘고, 몸매 좋고, 입담까지 좋다는 이 모든 덕목을 가능하게 하는 것은 바로 ‘어리다’는 점이다. 물론 걸그룹 내에 귀여움·여성스러움·섹시함·티프함·가창력 등을 다양한 역할 분담이 있지만, 이 모든 것은 궁극적으로 소녀라는 미니어처에 대한 판타지로 수렴된다. 어리기 때문에 얼굴과 몸매와 화법의 우수함이 설득력을 얻는 것이다. 어린 존재를 마음대로 움직일 수 있다는 생각이 일명 삼촌부대의 유아적 판타지를 자극하는 것이다. 그리하여 소녀들의 유아적 단순함은 조그만 공간 속에서 압축적으로 구성되는 단어와 문장, 쪽지의 형식, SNS 이모티콘, 구어체와 문어체의 혼합 등 소녀성은 디지털 도상으로 손쉽게 복제되어 널리 유통된다.

그런데 여기에는 동경과 경멸의 감정이 동시에 작동한다. 어린 소녀들은 아직 젠더의 분화가 이루어지기 전의 유아적 상태에 있다. 그래서 인간의 손이 닿을 수 없는 곳에 존재하는 아스라한 느낌의 신비로운 존재로 여겨진다. 하지만 이는 동시에 성적 관음의 대상이 되기도 한다. 미니홈페이지, 블로그 속에서 개인의 내밀한 일상은 소녀라는 이름 하에 아무런 제약 없이 관음의 대상으로 전락한다. 무력하기 때문에 순수하고, 무력하기 때문에 더욱 성적 관음의 대상이 되는 경배와 경멸의 두 가지 감정이 동시에 작동하는 것이다.

미니어처는 보호와 착취의 대상이라는 이중적인 위치에서 남성 팬의

---

화된 코믹의 감정 표현도 쉽게 허용하는 것이다. 연예인들이 귀요미송을 즐겨 부르는 것도 이러한 이유에서이다.

17) <http://www.hani.co.kr/arti/culture/entertainment/766605.html>.

심리적 접근을 쉽게 한다. 그리하여 성적인 흥분도 어린 소녀에 대한 보호와 관심이라는 명분으로 윤리적 면죄부를 준다. 걸그룹들 역시 이를 역으로 활용하여 음악뿐 아니라, 예능, 광고, 드라마 등 소비문화의 다층을 가로지르며 중형무진하고 있다.

미니어처는 전체보다는 부분이 우위를 점한다. 미니어처가 제시하는 것은 단지 물리적 축소가 아니라, 조작이 가능한 경험이다. 마치 제국주의 식민지 확장의 시대에 열강들이 지도 제작에서 영토 확장의 욕망을 투영시켰던 것과 같다. 걸그룹 소녀들의 신체의 물리적 크기가 어쨌든 걸그룹 소녀들은 남성중심의 시각으로 재편되는 무력한 미니어처일 뿐이다.

소녀성은 신자유주의 전지구적 경제의 이상화된 상품 미학이다. 미니어처화 된 소녀성은 대중들로 하여금 우월함과 열등함의 지위를 동시에 갖게 함으로써 경배와 경멸이라는 마술적인 경험을 안겨준다. 정신적으로는 여전히 순진무구하고 무성애적이지만, 문화시장에서는 노골적으로 소녀의 육체를 관음증의 대상으로 활용된다. 어린이다운 순결과 여성의 유혹을 잠재적으로 품고 있는 소녀의 육체성은 가부장적 시각을 끊임없이 유혹하는 불가항력적인 것으로 상상되기도 한다.<sup>18)</sup>

걸그룹 소녀들은 남성 팬들에게 위협이 되지 않을 만큼의 적당히 수동적이고 아이 같은 순수함을 유지해야 한다. 그러면서도 삼촌팬에게 사랑받기 위해 자신의 몸과 매너를 성적 관음의 대상으로 다듬어야 한다. 이들은 수다문화, 침실문화, 쇼핑, 연애 등의 그리 특별해 보이지 않는 소비적인 삶에 골몰하는 존재로 그려진다. 요정소녀의 육체는 디지털 모바일 테크놀로지에 의해 획일적으로 규정되고 효율적으로 호명되는 대상이 되었고, 소녀들의 언어는 디지털 상징체계 속에서 가속적으로 소비되고 사라진다.

미니어처는 문화적 산물이다. 물리적 세계에 대해 인간의 눈이 일정한

18) 조혜영 엮음, 『소녀들, K-pop 스크린 광장』, 여이연, 2017, 10쪽.

작업을 수행하고 조작하며 특정한 방식으로 처리하는 데서 비롯된 산물이다. 걸그룹 소녀들은 아동기와 청소년기 특유의 생기 자체를 상품화하면서, 이른바 삼촌팬들의 취향에 맞추어 성적 스캔들의 가능성까지 염두에 두고 기획된다. 모든 면에서 남성중심적 시각이 그어놓은 정상성의 경계를 이탈하지 않는 범위 내에서 장차 자신들에게 다가올 어른의 세계를 엿보고 흉내 내는 무력한 미니어처로 키워진다. 자기 음악에 대한 결정권을 갖지 못하고 소속사의 기획에 따라 앵무새처럼 움직이는 존재, 혹독한 스케줄과 부당한 수익 배분에도 저항하지 못하는 이들은 자발적으로 아무 것도 할 수 없는 장애 상황에 놓인 미니어처일 뿐이다.

미니어처에는 현실이 없다. 미니어처는 살아낸 역사적 시간에 소속되지 않는다. 어떤 사물이든 일단 미니어처로 만들어지면 현세의 시간 질서로부터 배제되어 무시간성의 상태에 놓인다. 미니어처라는 세계는 일상적 삶을 외부로 밀어버린다. 미니어처 속에서 현실은 소멸된다. 모든 미니어처는 시간을 잃고 몽상만을 그 원리로 삼는다.<sup>19)</sup>

그래서 걸그룹의 노래는 현실이 누락된 진공상태의 감정이 주로 제시된다. 레드 벨벳의 <빨간 맛>과 소녀시대의 <Gee Gee>는 가사의 현실적 의미보다 반복되는 단순한 가사와 리듬, 그리고 가벼운 언어유희가 강조된다. 고정된 안무, 맥락 없는 개인기를 발산하며 귀여움의 인지도를 쌓아올리는 걸그룹 소녀들은 현실 맥락을 잃어버린 진공상태에 놓여 있다. 아무리 발랄하고, 결과위의 독립성을 추구하는 것처럼 보여도, 이들은 현실의 시간대를 이탈한 무시간적 존재들이다.

무시간성의 진공상태에서는 감정도 없다. 감정은 현실에 부딪치는 과정에서 나온다. 미니어처에서 향유하는 것은 평범한 감정이 아니라 흥분과 열광이다. 걸그룹 노래에서 압축적이고 반복적인 후렴구를 가진 후크송(hook song)<sup>20)</sup>이 빈번하게 등장하는 것은 현실을 지우고 단순하고 의

19) 수잔 스투어트, 박경선 옮김, 『갈망에 대하여: 미니어처, 거대한 것, 기념품, 수집품에 대한 이야기』, 산처럼, 2016, 141-142쪽.

20) 후크송은 스타시스템에 의해 양산된 걸그룹과 보이그룹에 의해 주로 연행되는

미 없는 후렴구로 말초신경을 자극한다. 강렬한 반복 후렴구는 맥락에 대한 이해가 없어도 사람을 쉽게 흥분시킨다. 소녀시대의 <훗(Hoot)>의 “shoot shoot! shoot! 나는 훗! 훗! 훗!”, 티아라의 <보뵈 보뵈(Bo Peep Bo Peep)>의 “Bo Peep Bo Peep Bo Peep Ah Ah”, 시크릿 <별빛달빛>의 “슈비두바 뽀뽀뽀 슈비두바 뽀뽀뽀 랄랄랄라라 라라리라”, 에프엑스 <피노키오>의 “따랏따랏 땃따다”<sup>21)</sup> 등의 소녀들의 후렴구는 언어가 아니라 몸의 리듬이며, 감정 없는 흥분이다.

그래서 미니어처는 메시지를 전달하지 않는다. 후크송에는 애초부터 메시지를 넣지 않는다. 걸그룹의 노래가 문화적 차이를 넘어 글로벌해질 수 있는 가장 큰 요인 중의 하나는 바로 메시지의 부재이다.<sup>22)</sup> 미니어처에는 메시지가 없다. 미니어처들은 대부분 입과 눈이 그렇게 강조되지 않으며, 몇 개의 선으로 단순화된 얼굴과 몸에는 내면의 메시지를 읽을 만한 어떠한 단서도 없다.<sup>23)</sup> 헬로 키티만 보더라도 단순한 얼굴에 입이 없고, 동자 없이 까만 점 하나로 단순화된 눈은 무표정해서 무엇을 의도하는지 표정과 내면을 짐작하기 어렵다. 커다란 안경 뒤에 가려진 뽀로로의 반달형의 눈매는 고정되어 있어서 상황에 따른 감정 변화가 드러나지 않고, 라바에게는 입과 눈동자의 표정은 있으나 언어가 없다. 라바

---

그들 특유의 음악이기도 하다. 어떤 하나의 곡을 듣는 순간부터 그 곡에 대해 기억을 선명하게 하기 위한 장치를 가지고 있는 노래를 의미한다. 주로 반복과 단순성을 통해서 드러난다. 강렬한 청각영상을 갖는 후렴구, 단순하고 자극적인 안무, 독특한 리듬 등의 방식이 있다. 서정환, 『혹송과 한국의 대중음악』, 『대중서사연구』 18(1), 대중서사학회, 2012, 266쪽.

21) 김수경, 『여성 아이돌 그룹 의상의 특성』, 『한국디자인포럼』 33, 한국디자인트렌드학회, 2011, 334쪽.

22) 김효진, 『‘귀여운’ 역사는 가능한가?; 『헤타리아』를 통해 본 초국가시대의 일본 오타쿠문화』, 『일본학연구』 28, 일본연구소, 2009, 204-205쪽.

23) 물론 이는 문화적 이질감을 없애고 세계적으로 통용되는 캐릭터를 제작하려는 의도에서이다. 색채에 있어서도 귀여운 느낌을 유지하기 위해서 지나치게 원색적이지 않으며 귀여운 느낌과 어린이는 물론이고 성인층까지 공략할 수 있는 귀여운 언어 이미지 스케일을 사용한다. 한창완, 『일본식 가와이 코드의 한일 캐릭터 분석연구』, 『한국디자인포럼』 30, 한국디자인트렌드학회, 2011, 7쪽.

는 대사가 없는 3D 논버벌 슬랩스틱 코미디를 짧은 러닝타임으로 제작해 세계 시청자들이 전혀 부담 없이 다가갈 수 있도록 언어를 배제했다. 언어가 없는 라바는 “악!”, “꽤!”와 같은 비분절의 비명만 지를 뿐 명확한 의사표현이 없다.<sup>24)</sup>

미니어처는 그 자체로 놀이를 위해 연출된 장애상태이다. 어떤 것을 가지고 논다는 것은 곧 그 대상을 조작하는 것이자 일련의 맥락 안에서 그것을 이리저리 무력화시키는 것이다. 이러한 무시간성, 무국적성, 무언어성은 글로벌 시장을 겨냥한 문화적 무취를 위한 의도된 장애상태이다. 걸그룹들은 안무·가창·무대 퍼포먼스·연기·어학 등을 지도하는 인력과 프로듀서가 결합되고, 홍보 계획·팬덤 조직·그룹 내 포지셔닝까지 그 어느 한 과정에서도 개인의 의지는 반영되지 않는다. 소녀들은 고유한 음악적 메시지를 가진 아티스트가 아니라, 그룹의 인기가 회사의 주가와 연결되는 문화상품으로 기획되는 장애상태의 오브제이다.

어떤 것이 미니어처의 상징이 되면 그 상징은 대상을 죽이는 형태로 나타난다. 죽어있는 존재를 바라보는 대중의 욕망은 더욱 강렬한 자극을 경험한다. 따라서 이들은 타인에 의한 조작에 스스로를 구할 수도 스스로를 표현할 수도 없는 하나의 오브제에 불과하다. 걸그룹에 대한 유아적 판타지는 바로 사물화된 미니어처의 장애상태에서 나오는 것이다.

### 3. 반려동물, 공포와 매혹의 착시

모든 장애가 가시적인 손상을 가지지는 않는다. 신체적 장애는 외견상 확정되고, 심리적 장애는 객관적으로 판정되지만, 귀여움에는 가시적인 낙인이 없다. 발랄·명랑·사랑스러움의 형태로 이해되기 때문에 귀여움은 결핍이나 손상과 같은 가시적인 낙인을 발견하기 어렵다.

24) <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%BF%8C%EA%B9%8C>.

하지만 귀여움을 한 꺼풀 벗겨 보면, 귀여움의 감정 속에는 미의식과는 거리가 있는 기형성이 내재해 있다. 엄밀하게 말하면, 아기는 사랑의 결정이나 희망이 아닌, 불균형하게 큰 머리를 가지고 온통 주름투성이의 얼굴로 울어대는 말 그대로 몸뚱어리일 뿐이다. 삐로로, 아기공룡 둘리, 카카오 프렌즈, 라바와 같은 캐릭터들은 현대적 신체의 황금비율을 의도적으로 이탈한 2등신의 기형적인 몸 구조를 가지고 있다. 라바는 팔과 다리가 아예 없고, 헬로키티는 머리 과도하게 크고, 카카오 프렌즈들은 둔중한 몸에 애매한 표정을 짓고 있다.

그러나 아기도식에 따르면, 귀여움은 기형성에서 나온다. 작은 몸집, 큰 머리, 둥근 얼굴, 큰 눈, 작은 코와 같이 아기에게서 발견할 수 있는 기형적 특징을 다른 대상에게서 발견하면 인간은 무의식적으로 보호본능과 동시에 행복과 만족감을 경험하는 것이다. 이는 아기뿐 아니라 동물, 캐릭터뿐 아니라 장난감이나 로봇과 같은 무생물에게까지 두루 적용된다.<sup>25)</sup> 대중문화의 귀요미들은 영락없이 세련미나 아름다움이 우아함을 기반으로 하는 것과 거리가 먼 그로테스크한 모습을 가지고 있다. 즉 추함은 귀여움과 대립하는 개념이 아니다. 귀여움과 그로테스크는 서로 겹쳐있고, 서로 견인하고 의존한다. 어떤 대상이 귀엽다고 말할 때에는 그 어딘가에 그로테스크함이 내재하고 있음을 의미한다.<sup>26)</sup>

친밀감은 필요에 의해서 사회적으로 구성된다. 즉 친밀감의 이면에는 결핍과 손상의 상황이 전제되어 있다는 것이다. 한 사회의 의식에서 억압되고 봉인된 것이 수면 위로 부상할 때, 그로테스크하고 섬뜩한 모습을 친밀감으로 여기게 하면서 불안을 억압하는 경우가 적지 않다. 기형적인 외양의 아기를 귀엽게 느끼는 친밀감의 학습<sup>27)</sup>이 이루어져야 아기

25) 김보현 외, 『귀여움을 활용한 지능형 소셜로봇의 디자인 가이드라인 연구』, 『한국HCI학회 학술대회자료집』, 한국HCI학회, 2018, 970쪽.

26) 요모타 이누히코, 앞의 책, 93쪽.

27) 이는 영화 <벤자민 버튼의 시간은 거꾸로 간다>를 보면 선명해진다. 영화에서 벤자민의 일생이 고통으로 점철되는 것은 그가 기형적인 외양으로 태어났기 때

가 토탈 케어를 받으며 부모의 유전자가 후세에 전달된다.

귀여움은 사물에 깃든 본질이 아니라, 귀여움이라고 이름을 붙이고 의미를 부여하는 해석의 결과물이다. 타인이 애지중지한 낯은 봉제인형은 조금도 귀엽지 않다. 귀여움은 늘 자신의 어떤 특정한 대상에 대해서만 해당되는 법이다. 부자연스러운 허구의 것을 자연스럽고 비역사적인 것처럼 보이게 만드는 의미론적인 트릭이 신화라면, 귀여움은 대중소비사회의 필요성이 만들어낸 일종의 의미론적 트릭이다.<sup>28)</sup>

일반적으로 노스텔지어·기념품·미니어처는 삼위일체가 되어 대중소비사회를 형성한다. 작고 양증맞은 것에 대한 아련한 추억은 대상을 시간과 공간을 무시하고 하나의 특징만으로 이루어진 단순한 미니어처 기념품으로 소비되는 것이다. 이 세 개의 점을 연결하는 것이 귀여움이다. 한 사회는 그 지정학적 영역 안에 들여놓아선 안 될 미학적 잡음을 배제하고자 할 때, 이를 전략적으로 이용하는 것이 귀여움의 미학이다.<sup>29)</sup> 무력감을 사랑스러움으로, 기형성을 황홀감으로, 그리고 공포를 매혹으로 바꾸면서 한 사회를 지속하고 소비를 유발하는 이종의 용도로 종종 활용되는 것이 귀여움인 것이다. 따라서 귀여움의 정서가 집중되는 지점을 눈여겨 보면, 그 사회의 취약한 지점이 어디인가, 그리고 이를 어떻게 상품으로 활용하는가를 알 수 있다.

반려동물이 주목되는 이유는 여기에 있다. 반려동물의 급증은 우연이 아니라, 인구 절벽사회의 필연적인 등장이다. 고령화, 개인화, 사회 유대관계망의 파괴, 상품시장의 축소와 매출 부진, 그리고 교육·정치·경제·문화 등 인구수의 급감으로 인한 사회 공백을 동물을 통해서 메우려는 것이다. 인간의 필요에 따라 식용동물 → 애완동물 → 반려동물로 개

---

문이다. 갓난 아기가지만 80세 노인의 얼굴과 몸으로 태어나서 부모로부터 고아 원으로 버려지는 것이다. 갓난 아기의 기형적인 외양을 친밀감으로 바꾸어 이해하려는 귀여움의 학습이 벤자민에게는 적용되지 않은 것이다.

28) 요모타 이누히코, 앞의 책, 76-100쪽.

29) 요모타 이누히코, 앞의 책, 137쪽.

념과 위상이 달라지면서, 동물은 이제 법의 외부에서 법의 내부로 빠르게 진입하고 있다. 기본인 의식주는 물론 법·의료·문화 산업·교육 등 사회 전반에 동물은 인간 사회의 정식 구성원이라는 인식이 설득력을 얻어가고 있다.<sup>30)</sup>

하지만 이는 인간 유일주의, 이성중심주의의 붕괴에 대한 사회적 우려를 자극한다. 인간-동물을 지배-피지배의 관계로 이해하던 기존의 관습적 사고에서 동물이 사회의 내부자로 진입하는 현상은 공포일 수 있다. 실제로 어느 순간 살충제 계란·광우병·구제역·조류독감, 맹견에 의한 인명사고, 반려견으로 인한 주민갈등·동물 검역·유기동물·동물실험 등 사회 갈등의 많은 분야에 동물이 영향력은 점점 커지고 있기도 하다. 이제 인간사회로 진입한 동물은 사회를 붕괴시킬 만큼 혼란의 핵심이 되기도, 사회 문제를 해결하는 열쇠가 되기도 한다. 동물은 중요한 차원을 넘어 한 사회의 운명을 결정하는 차원으로 이행하고 있는 것이다.

한 사회를 위협하는 것은 전쟁과 같은 물리적 위력만을 의미하지는 않는다. 기존의 관습을 와해시키는 존재들은 힘이 있든 없는 모두 위협적이다. 불편한 것, 낯선 것 등 내부와 외부의 경계를 흔드는 타자가 나타나 있을 때, 권력은 종종 논리적 정합성보다는 그곳에 환상을 부여하여 향유하게 하면서 공포를 통제한다.

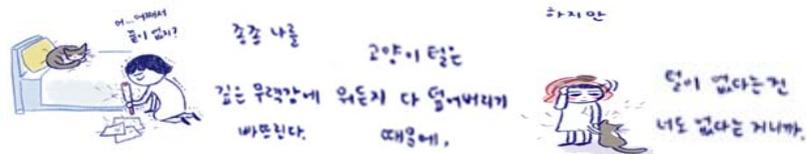
대중매체에서 동물들이 귀여움의 대상으로 급부상하는 현상은 이러한 공포를 해결하려는 무의식적 노력으로 볼 수 있다. 우려할 만한 대상을 애호할 만한 대상으로 바꾸는 감정동학을 작동시키는 것이다. 지금 출판·방송·유튜브·블로그·식품·의류·교육 콘텐츠들은 일관되게 동물

30) 2018년부터는 반려동물 생산업허가제, 동물간호복지사 및 동물보호경찰제도가 도입된다. 인간의 행복추구권에 해당하는 동물권이 조금씩 제도적으로 구체화되고 있다. 최근 농림축산식품부는 2018년 6월 7일부터 기존의 동물복지를 축산정책국 축산환경복지과에서 동물복지정책팀으로 이전한 것은 동물을 식자재가 아닌 고유한 동물권을 가진 개체로 인식이 달라지고 있음을 말해주는 것이다. 「반려동물 전담 관리 부서 생긴다」, 『중앙일보』, 2018.6.6.

을 작고 양증맞은 황홀감을 주는 존재로 축소시키면서 이 판타지 속에서 동물이 초래할지 모르는 공포를 있게 한다.

지금 동물 관련 콘텐츠들은 대부분 이 범주 안에 있다. <동물농장>(SBS), <세상에 나쁜 개는 없다>(EBS), <애니멀봐>(SBS), <대화가 필요한 개냥>(tvN), <하하랜드>(MBC) <개밥 주는 남자>(채널A)의 텔레비전 프로그램, <뿌짜툼, 웰컴투 털월드>, <고양이 희나>, <고양이 장례식>(이상 Daum), <옹동스>(카카오페이지), <탐묘인간>(Naver) 등의 포털사이트 웹툰에서는 동물은 귀요미로 등장한다.

이중에서도 <탐묘인간><sup>31)</sup>은 2011년부터 2년 간 온라인에서 연재되었고, 단행본으로 나올 정도로 꾸준한 인기를 끌고 있다.



‘고양이의 털’에서 고양이를 바라보는 인간의 감정은 연애감정이다. 고양이의 털날림이 “종종 나를 무력감에 빠뜨”리지만, “하지만”이라고 하며 “털이 없다는 건 너도 없다는 거니까.”라는 말은 불편한 것을 사랑해야 할 이유로 바꾸는 의도적인 혐오와 매혹의 착시이다. 주인공에게 털날림은 가벼운 투정일 뿐, 심각한 고통은 아닌 것이다. 청소하는 인간과 달리, 침대에서 한가롭게 잠을 자는 모습, 인간의 보호 속에 한가롭게 배설하는 모습 등 고양이는 보호가 필요한 애뜻한 존재로 그려진다.

권력은 번역을 통해서 지위를 유지한다. 한 사회에 기존의 인식을 무너뜨릴 만큼 강력한 변화가 등장하고, 사회 시스템이 이에 대응할 만한

31) <http://webtoon.daum.net/webtoon/viewer/14308> <탐묘인간> 8화 ‘고양이의 털’, 2011.11.16.

준비가 미처 되어 있지 않을 때, 권력은 이 위기를 모면하고자 사적인 감정을 활용하는 경우가 많다. 불편하거나 낯선 대상이 나타나면 이를 지배하기 좋은 상태로 대상을 축소시키는 공포와 매혹의 교환 작업을 하는 것이다.<sup>32)</sup> 독사나 악어와 같은 맹독류는 사냥 능력이 제거된 우스꽝스런 미니어처로 축소시켜 맹수로서의 위세를 제거한다. 애니메이션에서 미니어처로 축소된 호랑이와 사자, 방울뱀은 어딘지 로맨틱하여 정처 없는 몽상의 세계에 있는 비현실적인 팬시상품으로 인간의 내부로 들어온다.

따라서 대중문화에서 동물들은 공포스럽기보다는 애처롭고, 위협적이라기보다 작고 무력해서 귀여운 존재다. 그래서 주로 2개월령 이하의 작고 어린 동물에만 집중하는 경향이 있다. 귀여움은 이러한 사회적 공포를 사적인 관계로 축소시키는 과정에서 등장한다. 사회적 혼란을 동물과 인간의 사적인 친밀감으로 이전시켜 버리는 것이다.

사실 현대의 정치는 제도를 완벽하게 구축하기보다는 비공식적인 요소를 활용하여 스스로를 통치하면서 정치력의 공백을 메우는 방향으로 나아간다. 국가의 통치력이 개인의 삶에 제대로 작동하지 않을 때, 개인들은 공적 주권에 대한 환상과 결별하면서 자급자치라는 새로운 방식으로 욕구를 충족해 나가도록 유도한다. 각박한 현대사회의 구조적인 고통 문제를 스포츠·여행·독서·요리 등과 연계된 이른바 소확행(소소하지만 확실한 행복), 율로, 휘게 등의 사적인 자기관리의 문제로 이전시키는 것이다.<sup>33)</sup>

32) 신지은, 「공포의 매혹: 기괴한 것으로서의 타자성에 대하여」, 『문화와 사회』 11(1), 한국문화사회학회, 2011, 155-157쪽 참조.

33) 이러한 '공적 문제의 사적 이전의 양상'은 종종 활용된다. 공적으로 처리해야 할 문제를 개인들 사이의 관계 속으로 던져놓음으로써 통치력의 부담을 줄이는 것이다. 고령화사회의 노인 관련 예산 문제를 공익광고를 통해 자녀들의 효심으로 이전시킨다든지, 극빈층의 의료비 문제를 텔레비전 프로그램을 통해서 대중들의 눈물을 자극하여 해결한다든지 하는 예는 대표적이다. 공적 문제의 사적 이전 양상에 대하여는 권유리아, 「고양이의 야성(野性)에 내재된 공적 폭력의 사

귀여움의 문제로 이러한 맥락 속에 놓고 볼 필요가 있다. 귀여워하는 문화는 일종의 후원자 문화이다.<sup>34)</sup> 공적 시스템에 의한 돌봄을 확신할 수 없는 사회에서는 유머, 사교성, 언변, 충성심, 공감의 태도, 아름다움과 같이 사적인 매력이 사회적 생존을 결정한다. 따라서 한 사회에 귀요미가 많다는 것, 그만큼 그 사회의 권력이 안정적이지 못함을 의미한다.

불편하고 낯선 대상을 제대로 파악하지 못하는 무지함, 이를 체제 내로 수용하지 못하는 제도적 무능력, 다시 말하면 상대가 기존 체제를 붕괴시킬지도 모른다는 공포를 귀여움의 방식으로 은폐한 것이기 때문이다. 노인복지비용을 자녀들의 효도로 대신하고, 소년소녀가장의 복지비용은 인간적인 휴머니즘으로 대신하는 식이다.

따라서 귀여움의 감정이 사회 전반에 퍼져 있는 사회, 즉 국민총매력의 사회는 그만큼 통치 시스템이 취약한 장애사회이다. 하지만 현실과 정면으로 맞서지 못하는 취약한 지배 시스템은 현실로부터 달아나, 오히려 혐오를 자체를 오락의 콘텐츠로 활용하는 것이다.

#### 4. 캐릭터, 데이터베이스의 소비와 동물화

이제 귀여움은 더 이상 텔레비전 프로그램이나 스마트폰 속의 이모티콘을 사용하는 소비하는 수준에 머물지 않는다. 고도의 경제성장사회에서 귀여움은 이제 적극적으로 생산되는 단계에 이르렀다. 경제적 풍요를 바탕으로 한 취향 중심의 소비문화, 그리고 첨단 테크놀로지의 개인화로 귀여움은 허구의 캐릭터를 생산하는 단계로 이행하고 있다.

이렇게 되는 데에는 오타쿠라는 존재가 중요한 역할을 한다. 초기 오

적 이전 양상 연구, 『한중인문학연구』 44, 한중인문학회, 2014, 279-302쪽 참조할 것.

34) 김경희, 「글로벌을 향한 일본의 소프트 파워-가와이(KAWAII) 문화를 중심으로」, 『일본학연구』 42, 일본연구소, 2014, 71쪽.

타쿠는 인간 본래의 커뮤니케이션에 서툰 자기의 세계에 틀어박혀 외부와 차단된 삶을 사는 서브컬처의 주역만을 의미했다.<sup>35)</sup> 하지만 최근 한국사회에서 오타쿠는 사회부적응자라는 의미가 거의 희석되는 분위기다. 이제는 특정분야에 마니아 이상의 감식안과 디지털 기술력으로 직접 콘텐츠를 창작하고 향유하는 취향의 소비주체라는 의미로 달라지고 있다.

이는 세계적인 흐름이다. 미국과 프랑스를 비롯한 유럽에서 오타쿠 인구는 지속적으로 늘고, 한국이나 대만을 비롯해 아시아 지역의 서브컬처에 깊은 영향을 미친다. 자기의 소수가치에 따라 응집하는 집단으로 이해되면서, 사회의 분위기도 특정 상황에서의 몰입과 깊은 전문성과의 관계를 긍정하는 방향으로 나아가면서 오타쿠문화는 빠르게 늘고 있는 중이다.<sup>36)</sup>

그만큼 사회 전반에 성숙한 어른의 세계보다는 유아적 취향과 유아적 판타지가 중요해진다는 의미다. 이른바 ‘○○덕후’, ‘○○폐인’, ‘○○빠’와 같이 정감 있고 친숙한 용어로 불리는데<sup>37)</sup> 이들은 캐릭터와 같이 형식화된 사물을 소비하며 성인이 되는 것을 거부하고 유아 취향에 강한 집착을 보인다. 그러면서 캐릭터나 사물의 외양, 그 외양을 구성하는 장식·생김새·목소리 등 부분적인 특성만을 열광적으로 소비한다.

이들은 원본의 진정성에 애착을 갖지 않는다. 대신 디지털 미디어 리터러시를 활용한 영상기호와 서사기호의 조합, 애니메이션과 영화를 조합하여 캐릭터를 복제 재창작하는 과정에서 유아적 판타지를 즐긴다. 이들에게는 원본이 놓여 있는 현실보다 자신들이 조합한 허구적인 캐릭터를 구성하고 있는 데이터베이스가 더 중요하게 여긴다.

35) 아즈마 히로키, 이은미 역, 선정우 감수, 『동물화하는 포스트모던: 오타쿠를 통해 본 일본 사회』, 문학동네, 2007, 19-20쪽.

36) 류영진, 앞의 논문, 191- 192쪽.

37) 임찬수, 『한국 오타쿠에 관한 용어와 의미 고찰』, 『일본학연구』 34, 일본연구소, 2013, 330-333쪽.

일반적으로 작품의 배후에는 이를 뒷받침할 만한 현실의 스토리가 있다. 그러나 오타쿠에게는 현실의 이야기는 사라지고, 허구의 캐릭터와 관련된 일차원적인 정보, 즉 데이터베이스<sup>38)</sup>를 소비하는 것이 더 중요해진다. 오타쿠들은 프린트를 잔뜩 단 메이드 복장에 하얀 고양이 귀모자, 고양이 장갑, 고양이 부츠, 그리고 고양이 꼬리, 완전무결한 모에 풀옵션 장비와 같이 스토리와 전혀 무관한 캐릭터 자체의 정보를 정확하게 따라하는 유아적인 코스프레 놀이에 열정을 보인다.

주로 UCC 통해 유통되는 코스프레는 원본 만화와 애니메이션 캐릭터를 재조합하는 과정이 콘텐츠의 전부를 차지한다. 인터넷 갤러리에는 캐릭터의 조합을 공개하고 즐기는 과정을 중계하며 이를 유희의 테마로 공유하고 있다.<sup>39)</sup> 유명 애니메이션에 담겨 있는 원본 캐릭터의 대사를 재구성하거나, 해당 애니메이션의 DVD 캐릭터 상품을 구매하는 방식으로 애니메이션의 캐릭터가 제공할 수 있는 경험을 소유하면서 유아적 판타지를 체험한다.

오타쿠에서 캐릭터가 부각되는 것도 이런 이유에서이다. 오타쿠들은 원작의 작가성이나 메시지가 아니라 거기에 공통적으로 드러나는 캐릭터만 주목한다. 여기의 캐릭터는 하나의 개체성을 형성하지 못하고 희극의 대상으로만 주목된다. 일반적으로 공유될 수 있는 속성의 집합인 성격의 소유자, 말 그대로 하나의 캐릭터로만 여긴다. 여기에서 어떤 의미를 찾지는 않는다. 방송과 엔터테인먼트 시장은 개개의 이야기가 등장인물을 낳는 것이 아니라, 등장인물의 설정이 먼저 있고 이 인물에 맞추어 작품이나 기획을 전개시킨다. 이들은 어떤 작품의 이야기를 소비하는 것이 아니라 캐릭터를 자체를 소비한다. 정확하게 말하면, 캐릭터가 놓여

38) 오타쿠들에게 캐릭터는 작품 고유의 존재가 아니라 소비자에 의해 곧바로 분해되고 등록되어 새로운 캐릭터를 만들기 위한 재료이다. 장식, 생김새, 목소리, 말투, 성격, 몸짓, 병에 걸렸다, 소꿉친구 등과 같은 세분화된 요소들의 집합이 데이터베이스다. <http://www.bookpot.net/news/articleView.html?idxno=881>.

39) [gall.dcinside.com/mgallery/board/view/?id=sdorica&no=5557](http://gall.dcinside.com/mgallery/board/view/?id=sdorica&no=5557).

있는 데이터베이스를 소비한다.<sup>40)</sup>

이러한 현상은 방송가에서 어렵지 않게 볼 수 있다. 2013년 <빠빠빠>라는 곡으로 인기를 얻었던 걸그룹 크레용팝의 <빠빠빠>, 그리고 <거침없이 하이킥>이 대중적 성공을 거둔 것도 내러티브의 연속성보다도 ‘야동순재’, ‘식신준하’, ‘파당민정’ 등 캐릭터가 주는 흥미요소에 힘입은 바가 크다. ‘식신’, ‘파당’과 같은 캐릭터성은 유튜브, 블로그 등의 다른 콘텐츠와 유사 장면에서 차용되어 ‘식신○○’, ‘파당○○’하는 2차 3차 재조합된 캐릭터를 양산하였다. Mnet의 <프로듀스 101>는 캐릭터를 조합하며 데이터베이스를 소비하는 현상이 한국사회의 텔레비전 방송가에까지 진출하고 있음을 말해준다. 이 프로그램은 AKB48<sup>41)</sup> 표절 논란이 일 만큼 데이터베이스 소비의 특징을 잘 보여주고 있다.

이러한 판타지는 부분이 콘텐츠를 전체를 대체하는 데서 나온다. 부분들의 덩어리가 거대한 비이야기로 존재하는 것이다.<sup>42)</sup> 하나의 캐릭터가 인기를 끌면, 이러한 캐릭터는 만화, 애니메이션, 소셜 상업 베이스로도 특정한 맥락과 상관 없이 반복 재생산 소비된다. 이렇게 2차·3차로 재창작되는 귀요미 캐릭터에는 현실이 없다. 여기에는 현실의 구체적인 상황에는 무관심하고, 캐릭터의 원본과 재조합물의 데이터베이스를 밝혀

40) 아즈마 히로키, 앞의 책, 95쪽.

41) 2005년에 결성한 일본의 여성 아이돌 그룹이다. 1군, 2군, 연습생을 모두 합치면 90여 명이 넘는 멤버로 구성되어 있다. 수십 명의 멤버들이 모두 완전히 개별적인 독특한 캐릭터를 가지고 전면에 드러나고 있다. 변태, 박치기 전문의 돌머리, 레몬이 되고 싶다 등 캐릭터의 스펙트럼이 다양하다. 멤버들의 인기유지 여부는 외모, 스타일, 가창력이라는 요소보다도 이와 같은 캐릭터의 정립에 의존한다. 캐릭터에 팬들은 열광하며 캐릭터성을 자신의 손으로 직접 구성해 가는 것이 AKB48의 가장 큰 매력이다. 『월스트리트저널』에 따르면, 일본의 아이돌 그룹 AKB48이 일본의 끝없는 경기 침체 속에서 경기를 부양하고, 레이디 가가도 이루지 못한 기록을 보유하고 있으며, 소비를 늘리는 데 큰 영향력을 발휘했다. 일본의 경제를 부활시킨다는 점에서 이 그룹의 엄청난 인기는 사회현상이라고 볼릴 정도이다. 류영진, 앞의 논문, 201-203쪽.

42) 류영진, 위의 논문, 209쪽.

내는 과정의 흥분만이 중요해진다.

외양 이외에는 어떤 맥락도 가지지 않는 진공상태의 순수한 형식미학으로 나아가는 데서 스노비즘(snobbism)이 포착된다. 스노비즘은 환경과 조화하려고 하지 않고, 오직 형식화된 가치에 입각해 사물의 외양만 즐기는 태도이다. 이들은 대상의 본질을 들여다 보지 않고, 오직 외피에만 치중하여 이를 즐기고 애호한다.<sup>43)</sup>

이들의 관심은 애니메이션·게임·소설·일러스트·피규어 등 상품의 심층에 있지 않다. 이들은 이야기나 메시지에는 무관심하고 작품의 배후에 있는 정보만을 담담하게 소비한다. 메가히트를 기록한 애니메이션 <신세계 에반게리온><sup>44)</sup>의 소비자들도 대부분 애니메이션을 완결된 작품으로 감상하지 않고, 이 애니메이션의 세계관을 소비하지도 않는다. 이 작품의 팬들은 등장하는 히로인에 대한 2차 창작, 피규어의 소비, 주제가 감상 등에 더욱 열중하며 문화코드들을 열광적으로 소비한다. 어떤 이유로 무엇이 계기가 되어 현재의 캐릭터가 되었는지 등의 내러티브는 중요하지 않다. 캐릭터의 헤어스타일·복장·장신구·특정 행동 패턴 등을 철저히 분석하여 이를 조합하고 2차 창작하는 것만을 선호한다.<sup>45)</sup>

여기서는 내면이 중요하지 않다. 이들은 기호의 차이에 대하여 의식적으로 반응하는 것이 아니라, 신체적으로 반응한다. 내면이 없으니, 성찰은 불가능하다. 현실과 부딪치지 않으니 고양될 기회가 없다. 온전히 형식화된 소비만 남은 캐릭터 놀이는 세계관이라 하기에는 너무 산만하고

43) 아즈마 히로키, 앞의 책, 119쪽.

44) <에반게리온>은 거대로봇이 등장하는 종말론적 액션 애니메이션이다. 선택된 십대 아이들이 탑승하는 정체불명의 괴물체와 싸우는 준군사조직 특무기관 네르프를 둘러싸고 일어나는 사건들을 다룬다. 이 작품은 로봇 애니메이션계뿐만 아니라 일본 애니메이션 전체의 역사에 한 획을 그었다고 평가받고 있으며, 감독인 안노 히데아키 역시 이 작품으로 세계적인 애니메이션 감독으로 발돋움하였다. TV 및 극장판 애니메이션, 만화, 게임, DVD 등으로 다양한 파생 영역을 갖는다. [https://ko.wikipedia.org/wiki/신세계\\_에반게리온](https://ko.wikipedia.org/wiki/신세계_에반게리온).

45) 류영진, 앞의 논문, 195쪽.

파편적이며, 이념이라 하기에는 지나치게 투명하고 보잘것없다. 이는 역사에 대한 복잡한 인식이나 반성적 성찰을 회피하는 허약한 실존의 귀여움일 뿐이다.<sup>46)</sup>

이로 인해 인간의 진정성은 형식적 구조만 남은 채 변질된다. 캐릭터의 외양에만 몰두하는 것은 현실과의 연관을 갖지 않은 채, 오직 형식에만 시선이 맞추어져 내부가 텅 빈 존재를 양산하는 것이다.<sup>47)</sup> 내용을 지운 형식에는 현실을 더 이상 신뢰하지 않는 냉소가 자리하고 있다. 서사가 불가능해져버린 시대에 밀도 끝도 없는 이야기에 열광하게 되는 것이다. 냉소적인 주체는 세계의 실질적인 가치를 믿지 않는다. 냉소주의자들은 형식에 치중하는 것이 거짓임을 알면서도 이를 믿는 척하기를 그만두지 못하며, 때로는 형식=겉모습 때문에 실질을 희생하는 일도 마다하지 않는다. 무의미하다는 것을 알면서도 원본의 화장법 따라하기 코스프레를 멈추지 않고, 무의미하다는 것을 알면서도 데이터베이스에 대한 정보에 목숨을 거는 일을 그만두지 않는다.<sup>48)</sup>

프라모델 건담의 사이즈, 신체 비율 등 오직 형식적인 사물에 골몰하여, 자신이 무엇을 원하는지도 모른다. 건담 관련 서적은 항상 메카닉의 데이터나 연표로 뒤덮여 있고, 이 연표에 맞추어 건담시리즈 한정판을 구입한다. 건담의 몇몇 시리즈를 채우면서 기계적으로 형식화된 사물에 흥분하는 진부한 유아성을 공유한다. 캐릭터에 모든 것을 바치는 과정에는 진지하고 부딪쳐야 할 대상도 없고, 역사적인 시민사회에서 퇴장한다.

현실 이야기가 사라진 뒤 인간에게 남는 것은 동물화다. 타자가 없이 형식적으로 충족하는 삶은 결국 동물의 삶이다. 인간이 동물과 달리 자기의식을 가지고 사회관계를 만들 수 있는 것은 바로 간주체적인 욕망

46) 김효진, 앞의 논문, 206쪽.

47) 이윤중, 『젠더화된 속물성과 동물성- <화차>와 <건축학개론>을 중심으로』, 『석당논총』 63, 석당학술원, 2015, 103쪽.

48) 아즈마 히로키, 앞의 책, 123쪽.

이 있기 때문이다. 동물의 욕구는 타자 없이 충족되지만 인간의 욕망은 본질적으로 타자를 필요로 한다. 따라서 동물이 된다는 것은 간주체적인 구조가 사라지고 각자가 각자의 결핍과 만족의 회로를 닫아버리는 상태가 됨을 의미한다.<sup>49)</sup>

이러한 동물화 현상은 한국사회에서도 팽배하다. 매뉴얼로 정리되고, 미디어 유통시스템이 잘 보급된 현재의 소비사회에서는 소비자의 요구가 가능한 타자의 개입 없이 순식간에 기계적으로 충족되도록 날마다 개량이 거듭하고 있다. 매일의 식사나 성적인 파트너도 지금은 패스트푸드나 성산업으로 간편하게 커뮤니케이션 없이 가능해진다. 이야기의 소비에서 데이터베이스의 소비로의 이행은 여기서 살아가는 사람들이 동물화를 의미하는 것이다. 굳이 코스프레라는 말을 사용하지 않더라도, 인터넷과 텔레비전에서는 특정 연예인 캐릭터의 화장법 따라하기와 같은 형식화된 데이터가 중요한 소재가 되고, 이들의 화장품과 패션 아이템들은 소비문화의 회로 속에서 반복 재생산된다. 다만 귀여움의 본성상 명랑과 쾌활의 분위기로 이해되기 때문에 이러한 동물화가 명확하게 표면화되지 않을 뿐이다.

동물화는 환멸을 낭만으로 포장하는 것이다. 현실과의 대결에서 승리를 장담할 수 없을 때, 인간이 취할 수 있는 방법 중 하나는 환멸을 낭만화하는 것이다. 역사에 대한 복잡한 인식이나 반성적 성찰을 회피하며 귀요미 캐릭터의 조합에 몰두하며 이를 우월한 취향으로 포장하며 역으로 현실을 즐기는 것이다.

시대는 점점 동물화를 향해 나아가고 있다. 포스트모던의 인간은 의미에 대한 갈망을 사교성을 통해 충족할 수 없으며, 오히려 이를 형식화된 삶의 욕구로 환원함으로써 현실을 회피하기도 하고, 즐기기도 한다. 오타쿠들은 처음부터 작은 이야기와 커다란 비이야기 사이에 어떤 연관성을 고려하지 않으며, 삶에서 의미를 찾는 것을 애초부터 염두에 두지 않

---

49) 아즈마 히로키, 위의 책, 150쪽.

고 표류상황을 즐긴다. 의미의 동물성으로의 환원, 인간성의 무의미화, 그리고 동물성과 데이터베이스 수준에서의 인간성의 해리적 공존,<sup>50)</sup> 이 모든 장애상황 자체가 유희의 테마가 되는 것이다.

## 5. 결론

고대의 장애는 인간의 본질이였다. 자신의 기형인 발 때문에 발견된 오이디푸스의 이야기에서 고대의 기형은 극복해야 할 것이 아니라 인간의 조건과 관련된 근본적인 형질로 이해된다. 여기서 결합은 철학적이고 사회적인 성찰을 불러 일으키는 계기이며, 기형은 탁월한 주술의 능력이었다.<sup>51)</sup> 중세의 장애는 신의 창조물, 사물의 질서의 일부였다.

디지털 대중문화 사회에서 기형은 대중적으로 향유·소비되는 문화적 체험이다. 고도의 물질 풍요는 강렬한 체험을 위해 이례적인 것을 요구한다. 이 사회에서 장애는 사회적으로 해석되어, 문화적으로 가공되며, 유희의 상품이 된다.

이 연구는 장애를 생의학적으로 진단하여 치료와 교화가 필요한 것으로 보는 통상적인 접근으로부터 거리를 두었다. 친밀감의 사회에서 장애가 아닌 장애의 상황, 그리고 이는 치료해야 하는 손상이 아니라, 치료의 필요성이 강조되지 않는 문화적 유희의 범주로 의미가 달라진다.

이를 전제로 걸그룹, 반려동물, 캐릭터를 가시적 손상이 없는 장애상황으로 규정하고, 여기에서 나오는 유아적 판타지를 매혹과 향유라는 개념으로 접근하였다. 걸그룹을 통해서 미니어처 오브제로 경배와 경멸의 시선을 동시에 받는 장애상황이 글로벌 문화상품이 되는 동력이 될

50) 아즈마 히로키, 위의 책, 165쪽.

51) 베네딕테 잉스타 외 편, 김도현 옮김, 『우리가 아는 장애는 없다』, 그린비, 2011, 507-508쪽.

을 확인하였다. 반려동물이 매력적인 귀요미 콘텐츠로 등장하는 이면에 반려동물에 대한 공포와 혐오의 착시가 작동함을 확인하였다. 마지막으로 오타쿠문화의 확산으로 유아적 판타지가 하나의 사회 환경으로 부상하면서 현실 스토리대신 캐릭터의 데이터베이스에 연애 감정을 느끼는 오타쿠의 캐릭터 놀이를 다루었다.

이제 귀요미문화는 서브컬처를 탈피하여 빠르게 주류문화에 편입되고 있다. 문화적 무취를 핵심으로 하는 디지털화와 글로벌 사회에서 귀여움의 유아적 판타지는 점점 그 영역을 넓혀가고 있다. 그로테스크한 상황에서 강렬한 자극을 경험하려는 대중들의 욕망도 점차 보편적이고 문화적인 인식의 범주로 자리를 잡아가고 있다. 이 와중에 가시적인 낙인이 없는 귀여움의 장애상황은 점점 더 일상화 되고 있다.

## 참고문헌

- 고영숙 외, 「자포니즘(Japonisme)에 나타난 복식미 연구」, 『패션 비즈니스』 13(2), 한국패션비즈니스학회, 2009, 30-49쪽.
- 권유리아, 「고양이의 야성(野性)에 내재된 공격 폭력의 사적 이전 양상 연구」, 『한중인문학연구』 44, 한중인문학회, 2014, 279-302쪽.
- 김경희, 「글로벌을 향한 일본의 소프트 파워-가와이(KAWAII) 문화를 중심으로」, 『일본학연구』 42, 일본연구소, 2014, 11-72쪽.
- 김보현 외, 「귀여움을 활용한 지능형 소셜로봇의 디자인 가이드라인 연구」, 『한국HCI학회 학술대회자료집』, 한국HCI학회, 2018, 969-972쪽.
- 김수경, 「여성 아이돌 그룹 의상의 특성」, 『한국디자인포럼』 33, 한국디자인트렌드학회, 2011, 329-342쪽.
- 김효진, 「'귀여운' 역사는 가능한가?; 『헤타리아』를 통해 본 초국가시대의 일본오타쿠문화」, 『일본학연구』 28, 일본연구소, 2009, 185-208쪽.
- 류영진, 「아즈마 히로키(東浩紀)의 데이터베이스 소비론과 한국소비문화에의 시사점에 대한 탐색적 고찰」, 『사회사상과 문화』 18(3), 동양사회사상학회, 2015, 191-209쪽.
- 서정환, 「혹송과 한국의 대중음악」, 『대중서사연구』 18(1), 대중서사학회, 2012, 263-289쪽.
- 신지은, 「공포의 매혹: 기괴한 것으로서의 타자성에 대하여」, 『문화와 사회』 11(1), 한국문화사회학회, 2011, 153-191쪽.
- 이윤중, 「젠더화된 속물성과 동물성-〈화차〉와 〈건축학개론〉을 중심으로」, 『석당논총』 63, 석당학술원, 2015, 95-126쪽.
- 임찬수, 「한국 오타쿠에 관한 용어와 의미 고찰」, 『일본학연구』 34, 일본연구소, 2013, 325-342쪽.

- 조혜영 엮음, 『소녀들, K-pop 스크린 광장』, 여이연, 2017.
- 한창완, 「일본식 가와이 코드의 한일 캐릭터 분석연구」, 『한국디자인포럼』 30, 한국디자인트렌드학회, 2011, 135-144쪽.
- 베네티데 잉스타 외 엮음, 김도현 옮김, 『우리가 아는 장애는 없다』, 그린비, 2011.
- 수잔 스튜어트, 박경선 역, 『갈망에 대하여: 미니어처, 거대한 것, 기념품, 수집품에 대한 이야기』, 산처럼, 2016.
- 아즈마 히로키, 이은미 역, 선정우 감수, 『동물화하는 포스트모던: 오타쿠를 통해 본 일본 사회』, 문학동네, 2007.
- 요모타 이누히코, 장영권 옮김, 『가와이이 제국 일본』, 펜타그램, 2013.
- 「‘메신저 귀요미’ 산업 효자 됐다」, 『국민일보』, 2017.3.3.
- 「피규어 사는 데 수천만 원… 키덜트 시장 1조 ‘홀쩍」, 『한국경제』, 2018.4.3.
- 「1조 원 시장…“키덜트 족을 잡아라」, 『중앙일보』, 2017.7.4.
- 「반려동물 전담 관리 부서 생긴다」, 『중앙일보』, 2018.6.6.
- <http://www.hani.co.kr/arti/culture/entertainment/766605.html>.
- <https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%BF%8C%EA%B9%8C>.
- <http://webtoon.daum.net/webtoon/viewer/14308>. <탐묘인간> 8화 ‘고양이의 털’
- <http://www.bookpot.net/news/articleView.html?idxno=881>.
- [https://ko.wikipedia.org/wiki/신세기\\_에반게리온](https://ko.wikipedia.org/wiki/신세기_에반게리온).

<Abstract>

## Cuteness and disability, cultural play of deformed things

Kwon, Juria\*

This study defines a situation of disability where there is no visible stigma of cuteness in modern society. Cuteness is a very unbalanced feeling that crosses the border between beauty and grotesque. Cuteness is a very unique emotion that is recognized in the form of a fantasy of a different nature as a condition of disability in which a deformed being is placed. Fantasy of cuteness turns into ecstasy in the idea that a small helpless being is entirely under his protection. Because there is preparation of mind to express immature for beauty, once the word 'cuteness' is involved, the public is instantly ecstatic and does not appreciate the lack of 'cuteness'.

In a society of intimacy, disability is not easily recognized. When scarcity and inconvenience move into intimacy, it is not easy to distinguish. In a popular cultural society, which crave unusual and intense stimulation, disability is seen as a more attractive product.

The study defines the essence of cuteness as an infant fantasy and examines the lack of cuteness as the subject of popular entertainment through girl groups, animal companions and cariters of otaku.

First, I understand the global popularity of girl groups as the superior voyeur's desire for small, dainty miniatures. The helpless

---

\* Busan University of Foreign Studies.

situation of girl bands and girls who are looked upon as miniatures and worship and contempt at the sametime is becoming a global cultural product.

Second, we see the presence of pets as an inevitable phenomenon to fill the social vacuum caused by the rapid decline in population. It is an optical illusion of fear and fascination that turns fear, which is formed, animal companions entering human society into happiness for cute animals.

Third, otaku shows an animal life by deleting the real-life epic where the character is placed and consuming only the database related to the character's appearance. They are not attached to the authenticity of the original, and consider that the disability situation in which human nature collapses disastrously at the leve of animal nature and database itself becomes the theme of entertainment. The process of connecting 'girl groups→animal companions→otaku characters' is reflected in 'enjoyment of miniatures→an optical illusions of fear and fascination→the enjoyment of fictional databases', cosnider that the disability status is transferred to the global entertainment market.

Key Words: cuteness, the cute, disability, infant fantasy, girlgroup, animal companions, otaku, character, miniature, database, being a thing, being a animal, snobism.

■ 논문접수 : 2018년 7월 9일

■ 심사완료 : 2018년 8월 4일

■ 게재 확정 : 2018년 8월 17일