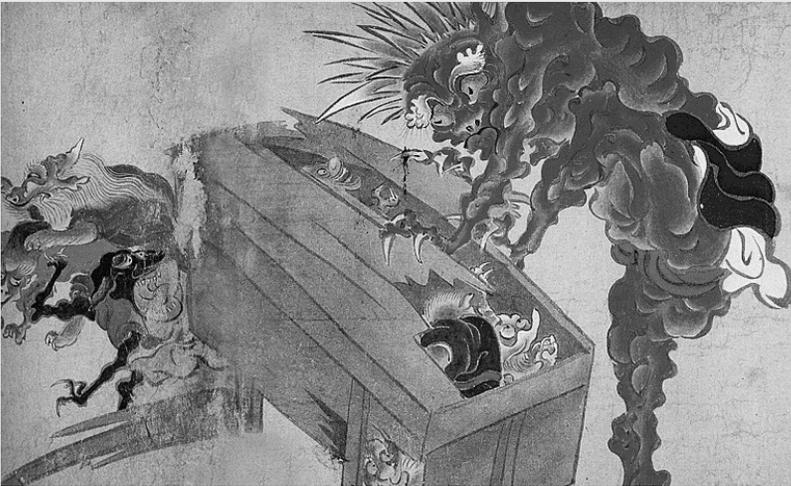


2/ 현대 일본사회의 요괴 붐*

박전열



무로마치 시대의 「백귀야행 두루말이 그림」(百鬼夜行繪卷)에는 밤이면 나타나 거리를 누빈다는 많은 종류의 요괴가 등장한다. 께짝에 갇힌 여러 요괴를 내려다보는 빨간 몸통의 외발 오니(鬼)는 현대사회에서도 빈번히 화제에 오르는 대표적인 요괴다. 중요문화재로 지정되어 교토 다이토쿠지(大徳寺) 신주인(眞珠庵)이 소장하고 있다.

박전열(朴鎭烈) 중앙대학교 대학원 국문과를 거쳐, 일본 쓰쿠바(筑波)대학 역사인류학연구과에서 문학박사학위를 취득했다. 한국민속학회 회장, 한국일본역사문화학회 회장을 역임했다. 중앙대학교 일어일문학과 교수 정년퇴임 후, 현재 명예교수. 한일 민간의 놀이문화, 특히 연극과 다도(茶道)의 현장의 퍼포먼스와 증답물에 관심을 가지고, 여기에 내재된 정신세계에 주목하고 있다. 『각설이타령 연구』, 『걸립의 구조(門付けの構造)』, 『봉산탈춤』, 『일본전통문화론』, 『이야기 일본연구사』, 『남방록의 연구』 등 다수의 논저가 있다.

* 이 논문은 2008년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음 (NRF-2008-362-B00006).

<https://doi.org/10.291514/ILBI.2018.18.068>

1. 서론

한국의 『삼국사기』에도 이미 ‘요괴’(妖怪)라는 단어가 쓰였고,¹ 『조선왕조실록』에도 ‘요괴’라는 단어가 수십 번 나타난다. 이 용례는 대개 ‘요상스럽고 괴이하다’라는 형용사로 기술되고 있다는 점²에서 이 글에서 말하는 현대 일본의 요괴라는 명사와는 약간 다른 의미 범례를 가진다. 그럼에도 현대 한국사회에서 요괴라는 용어는 별 위화감 없이 회자되고 있다.³ 유명한 캐릭터 ‘머털도사’에 관한 이야기는 그 인기에 힘입어 1990년에 극장용 애니메이션 〈머털도사와 108 요괴〉로 화제가 되기도 했다.

최근에는 일본에서 들어온 게임이자 영화인 〈요괴워치〉와 여기서 요괴를 부리는 도구인 ‘요괴워치’가 어린이들 사이에서 많은 인기를 얻어 널리 보급되고 있는 것을 볼 때 한국사회에서도 요괴라는 단어는 위화감 없이 사용되고 있다고 할 수 있다.

한국에서 사전적인 의미의 요괴는 무섭거나 음침한 인상을 주기도 하지만, 기본적으로 손발이 있고 사람처럼 움직이는 캐릭터로 여겨진다는 점은 일본의 요괴(妖怪, 요카이)와 유사한 의미 범주를 지닌다. 실제 소설이나 만화 혹은 영화나 음악의 제목에 요괴라는 용어가 널리 통용되며, 학술논문의 주

- 1 고구려 차대왕은 왕위를 찬탈한 것만으로도 모자라 갖은 악정을 다하여 원망의 대상이 되었다. 『삼국사기』 본기 권15, 148년 7월 기록에 무당이 무참한 죽음을 당하는 일이 있었다. 이 대목은 한국에서 ‘요괴’라는 단어가 쓰인 오래된 기록이라는 점에서 주목된다. 여기 나오는 흰색 요괴는 왕에게 경고를 보내는 하늘의 사자이자 여우의 모습이었다. 여우는 요사스러운 짐승으로 변신하는 초능력이 있어 사람을 홀린다는 설화는 이미 동아시아 전반에 뿌리를 내린 모티브의 하나였다. 후정에 시달린 백성들의 원망이 하늘을 움직였고, 요괴 여우의 출현으로 하늘이 차대왕을 내치겠다는 뜻을 전했다. 그 후 차대왕은 살해당하고 만다.
- 2 『조선왕조실록』에는 요괴라는 단어가 58번 나타난다. 그러나 대개 ‘요상스럽고 괴이하다’라는 형용사로 기술되고 있다는 점이 공통된다. 예를 들면 1400년 정종 때 ‘비가 오고, 천둥이 치고, 번개도 쳤다. 이튿날 정종이 문하부사 하륜(河崙)에게 물기를, “어제 비 오고 천둥 치고 번개가 친 것은 어떠한가?” 하니, 하륜이 말했다. “봄의 우레는 요괴(妖怪)가 아닙니다. 만물이 진동하는 것이 바로 이러한 때입니다.” 했다. 여기서 요괴란 자연이변이라는 의미로 쓰이고 있다. 다른 기록에는 요괴란 남을 해치는 요상스럽고 괴이한 행위라는 의미로 쓰이고 있다.
- 3 국립국어원의 『표준국어대사전』에는 ‘요괴-명사: 요사스러운 귀신. 요사스럽고 괴이함. 비슷한 말: 요마(妖魔)·요사하다-형용사: 요사하고 괴이하다’라고 정의한다. 이것만으로는 요괴의 구체적인 이미지를 떠올리기 힘들지만, 여러 가지 예문을 들어 문학작품이나 실생활에 일반화된 용어로 쓰이고 있음을 알 수 있다.

제로도 빈번히 다루어지고 있다.

일부 학술논문의 예를 들면 「한국 고대소설에 나타난 요괴 퇴치 설화」,⁴ 「요괴도깨비와 한국의 민속우주」,⁵ 「요괴퇴치설화의 유형 분석」,⁶ 「신들의 행차와 요괴들의 행렬」,⁷ 「요괴 캐릭터 연구」,⁸ 「한국 초등학생의 요괴·귀신관 형성 경로 탐색」⁹ 등에서 요괴를 논의의 대상으로 하고 있는 것을 볼 수 있다.

요괴를 주인공으로 등장시키는 문학작품이나 만화로는 「혜통-요괴를 항복시키다」, 「요괴천국」, 「요괴 처리인(處理人) 트라우마」, 「요괴소년 텐마(天馬)」, 「얼음요괴 이야기」, 「요괴박사」, 「요괴탐정단」, 「서유기 요괴와의 대결」 등등 이루 헤아리기조차 어려울 정도로 많다.

한국에서 요괴의 개념은 각자 다르겠지만, 현대 한국에서 널리 쓰이는 요괴라는 단어는 어느 정도 일본의 영향을 받은 것으로 생각된다.

일본에서 ‘요괴’는 넓게는 인간의 지식으로는 이해하기 힘든 이상한 사물이나 현상을 의미하고, 좁게는 제사의 대상이 되지는 않지만 사람들에게 두려움과 재앙을 가져다주기도 한다는 영적인 존재나 괴이현상(怪異現象)의 총칭으로 쓰인다.

오늘날 일본의 요괴 연구를 선도해가는 고마쓰 가즈히코(小松和彦)는 인간이나 동식물·자연물 모두가 범신론적 관점에서 신이 될 수도 있지만, 신으로 추앙받지 못하는 단계가 되면 요괴로 인식될 수 있다는 논리를 전개하고 있다. 그는 ‘영적인 존재가 인간에게 제사를 받는가, 아니면 제사를 받지 못하는가’를 지표로 설정하여, 초월적 존재, 즉 영령적 존재를 ‘신’과 ‘요괴’

4 신동일, 「한국 고대소설에 나타난 요괴 퇴치 설화」, 『陸士論文集』 9, 陸軍士官學校, 1971, 93~114쪽.

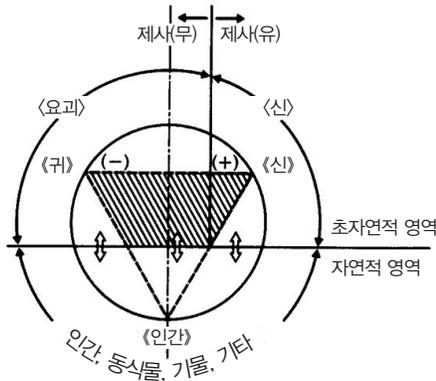
5 依田千百子, 「妖怪도깨비와 韓國의 民俗宇宙」, 『韓國民俗學』 19, 民俗學會, 1986, 431~476쪽.

6 鄭允洙, 「妖怪退治說話의 類型 分析」, 『江原民俗學』 11, 강원민속학회, 1995, 105~130쪽.

7 정재서, 「신들의 행차와 요괴들의 행렬: 상상계의 정치성」, 『중국문학』 56집, 한국중국어문학회, 2008, 47~61쪽.

8 김윤아, 「요괴 캐릭터 연구: 요괴 이미지의 생성원리를 중심으로」, 『만화애니메이션연구』 16, 한국만화애니메이션학회, 2009, 141~163쪽.

9 김정숙, 「한국 초등학생의 요괴·귀신관 형성 경로 탐색」, 『현대일본의 요괴문화론』, 제이앤씨, 2014, 187~210쪽.



〈그림 1〉 제사의 대상이 되는가를 중요한 기준으로 분류한 신·인간·요괴의 상관도(왼쪽)

〈그림 2〉 요괴 너구리(豆狸)는 조화를 부려 음낭(陰囊)을 부풀려 뒤집어쓰고 자유자재로 변신한다는 전승이 있다. 비오는 밤에 술안주를 찾아 나선 요괴 너구리는 에도 후기 다케하라 슌센사이(竹原春泉齋)가 그린 『에혼하쿠모노가타리』(絵本百物語)에 수록되어 있다.(오른쪽)

로 구별한다. 이 구별은 고정적인 것이 아니다. 즉 극단적인 표현을 하자면, 명명되어 있는 모든 존재에 영적인 능력을 인정하는 경향이 있는 애니미즘적 신앙이 있는 일본에서는 명명된 모든 존재, 즉 인간, 동물, 식물, 인공물 등은 ‘신’이 될 가능성과 ‘요괴’가 될 가능성을 동시에 지니고 있음을 지적하며 〈그림 1〉과 같이 도식화했다.¹⁰

요괴는 신과 대립되는 존재로 설정하고, 그 특성을 오니(鬼)와 마찬가지로 제사의 대상이 되지 않으며 초자연적인 존재라는 영역에 두었다. 그럼에도 이러한 분류 개념은, 신화 속에서도 제사는 받지만 결국 추방되는 야마타노오로치(八岐の大蛇)의 경우에는 적용되지 않는 한계가 있다. 그뿐만 아니라, 이후에 새로이 창조되는 요괴를 파악하는 데 한계가 있다고 생각한다. 뒤에 논하겠지만 요괴의 특성과 개념을 빌려 대량 생산하는 게임이나 완구 속의 요괴의 경우 처음부터 신앙적 요소와는 관계없는 물질 혹은 상품으로서 존재하기 때문이다.

일본에서 요괴라는 용어와 같거나 비슷한 뜻으로 쓰이는 말은 ‘요이’(妖異), ‘요물’(妖物), ‘마물’(魔物) 등의 한자어와 일본어 ‘바케모노’(化け物)와 ‘오

10 小松和彦, 『妖怪学新考』, 小学館, 2000, 44쪽.

바케'(お化け)¹¹가 널리 쓰인다. 요괴란 사람들의 관념이나 신앙 속에는 실재 하나 실체로서 존재하는 것은 아니기 때문에 논의하기 어렵지만, 기록이나 인간의 행위나 조형된 요괴를 통해서도 논할 수 있다.

현대 과학문명이 발달된 시대에도 일본인은 문화적 전통에 뿌리를 두고 있는 요괴를 근거 없는 일이라 하여 타파하거나 배격하기보다는, 요괴가 일본인의 정신세계를 풍요롭게 해주는 존재라고 생각해 오늘날에도 '요괴를 끊임없이 창작하고 활용 재생산함으로써 정신세계를 고양시키는 수단'으로 삼고 있다고 생각된다. 이 글은 오랜 역사적 과정을 거치며 일본문화의 아이덴티티가 반영된 요괴가 현대사회에서 '요괴 붐'이라는 대중적인 관심을 불러일으키는 현상과 그 의미를 규명하는 데 목표를 두고 있다.

2. 사회적 상황과 맞물리는 현대의 요괴 붐

일본문화는 요괴가 있다 없다 하는 팩트와는 전혀 다른 차원에서 이야기를 판타지로서 즐기는 전통이 있다. 『고사기』나 『일본서기』에 기록된 신화에서부터 이미 신들의 역할과 격(格)이 부여되어 있었고, 아마타노오로치를 비롯한 전형적인 요괴는 퇴치의 대상이 되었다. 신들의 세계에서 최하급 존재는 '오니'(鬼)라 통칭되었다. 이자나기신이 황천국에서 도망칠 때 추격하는 무리는 오니들이었는데 이들은 신들의 세계에서 최하급의 존재로 묘사되었고, 이후에는 신이 아니라 요괴의 한 부류로 계승되고 있다. 한국의 도깨비와 유사한 성격의 오니는 오늘날의 민담이나 민간의 연극에도 등장하는데, 빨이 달리고, 방망이를 들고 붉은 몸체에 '강하다, 악하다, 무섭다, 굉장하다, 거칠다, 크다' 등의 의미를 지닌 개성이 강한 요괴로 전승되고 있다. 그 밖에도 수많은 요괴가 구체적인 명칭과 캐릭터를 지니고 전승되고 있다. 이

11 '바케모노'는 동사 '바케루'(化ける, 다른 모습으로 변하다, 둔갑하다)에 물체나 존재라는 뜻을 더하여 변화한 것, 둔갑한 것을 지칭한다. '오바케'는 바케모노에 친근한 어감을 주는 접두어를 붙인 말로 바케모노와 거의 같은 뜻으로 쓰인다.

와 같은 요괴의 역사는 현대사회에 전승되는 요괴의 원형적인 요소이자, 현대의 요괴 붐의 전사(前史)라고 할 수 있다.¹²

일본 전통사회에서는 요괴를 공포의 대상으로 생각하거나, 요괴 따위는 없다고 생각하는 등 다양한 형태로 요괴를 즐기는 문화가 형성되어왔다. 즉 요괴가 주는 공포의 실체를 이해하게 되면서 인간의 불안을 해소하는 수단으로서 요괴를 활용하지는 암묵적인 합의가 있었던 것이다.

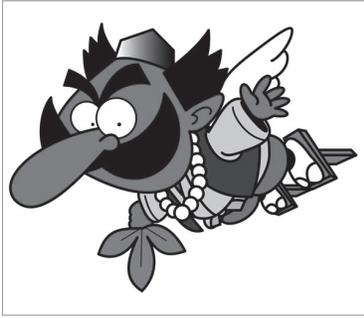
고도경제성장기에서 오늘날에 이르는 현대 일본사회에서 요괴는 문학이나 연극 혹은 회화로 조형화되어 유포되던 전승구조와 달리, 1960년대 이후에는 만화, 영화, 텔레비전, 게임, 전시회 등의 방식으로 대량 생산되어 대량 소비되고 있다. 특히 1960년대 후반부터 2018년 현재까지 쓰나미처럼 닥쳐온 사회적 관심은 ‘네 차례의 요괴 붐’¹³으로 파악되고 있다. 이 글에서는 이러한 요괴 붐의 발생을 네 차례로 보는 관점에 시간적인 흐름상 약간의 착종이 있음을 사례를 들어 설명하고, 각 단계의 사례와 그 특성을 살펴 보려 한다.

1) 제1차 요괴 붐과 만화가 미즈키 시게루

현대 일본사회에서 요괴 붐의 시발은 미즈키 시게루(水木しげる, 1922~2015)의 만화 <게게게의 기타로>(ゲゲゲの鬼太郎)가 애니메이션화된 1968년경이며, 이 시기를 제1차 붐으로 본다. 현대의 요괴 붐을 일으킨 미즈키 시게루의 그림은 친근한 필치에 매우 부드러운 느낌을 준다는 평가와 함께 향수(郷愁)를 일깨우는 특징이 있다. 미즈키의 요괴는 대개 농촌을 배경으로 하며, 에도 시대로 거슬러 올라가는 과거와 깊이 연결되어 있다. 산업사회에

12 무로마치 시대에 널리 읽히던 『오토기조시』(御伽草子), 에도 시대의 우에다 아키나리(上田秋成)의 『우게쓰모노가타리』(雨月物語), 고이즈미 야쿠모(小泉八雲)의 『가이단』(怪談), 이즈미 교카(泉鏡花)의 『고야히지리』(高野聖), 『텐슈모노가타리』(天守物語) 등과 전기소설(伝記小説)도 인기가 있었다. 연극 분야에서도 요괴가 등장하는 작품이 향간의 화제가 되었고, 회화에서도 많은 작품이 제작 유통되며 오늘날에도 전승되고 있다.

13 高宮哲, 『妖怪ウォッチのヒットでわかった日本人の「妖怪愛」』, 『日経エンタテインメント』, 2015. 1. 8. 日経 홈페이지 <https://style.nikkei.com/article/DGXMZO80491910U4A201C1000000> (최종 검색일 2017. 12. 20)



〈그림 3〉 하늘을 날아다닌다는 요괴 덴구(天狗)



〈그림 4〉〈계계계의 기타로〉의 등장인물

들어선 이후의 일본도시민이 대부분 농촌 출신이었던 것처럼, 그가 그린 요괴는 과거라는 시간 혹은 변방인 시골이라는 공간에 뿌리를 둔 존재로 설정된다. 요괴 만화의 금자탑이라는 평가를 받는 〈계계계의 기타로〉는 1960년대부터 다섯 차례에 걸쳐 애니메이션화될 정도로 일본적 정서에 폭넓은 공감대를 형성한 작품이다. 그가 일으킨 요괴 붐을 보고 자란 사람은 성인이 되어 향수 때문에 한 번 더 보고, 아이에게 보여주고 싶어 함께 보며 붐을 반복 재생산해갔다고 생각된다. 요즘에도 전국 각지에서 미즈키 시게루 전시회가 성황리에 열리고 있음을 보면 그의 작품에 대한 일본인의 애정을 알 수 있다.

2) 제2차 요괴 붐과 요괴 전시회

그후 고도경제성장기에 요괴에 관한 관심이 멀어지다가 했더니, 1980년대 후반에 제2차 요괴 붐이 일어났다. 미즈키 시게루의 〈계계계의 기타로〉가 세 번째 애니메이션화되며 화제가 되기 시작했는데, 이어서 출판된 『요괴초지』(妖怪草紙)¹⁴는 요괴와 주술을 연구하는 평론가 아라마타 히로시(荒俣宏)와 고마쓰 가즈히코가 일본 역사의 이면(裏面)에서 활약했다는 요괴를 풀어서 이야기하는 형식의 대화록이다. 길흉을 점치는 일관(日官)인 음양사(陰陽

14 荒俣宏·小松和彦, 『妖怪草紙』, 学習研究社, 1987.

師)의 대표 격인 아베노 세이메이(安倍晴明)의 전승, 물속에서 산다는 요괴 ‘갓과’(河童)의 계보와 실제 동물과의 관련에 관한 이야기, 이계(異界)인 ‘용궁’과 용궁에서 만난 그 여인에게서 받은 구슬 등의 이야기, 밤이 되면 많은 요괴가 행렬을 이루어 거리를 누빈다는 백귀야행(百鬼夜行), 집안에서 오래 쓰던 물건을 거리에 내다버렸더니 요괴로 변하여 인간의 흉내를 낸다는 쓰쿠모신(付喪神) 이야기, 원래는 하늘의 별이었지만 새와 인간이 섞인 모습으로 하늘을 날아다닌다는 요괴 ‘텐구’(天狗), 둔갑하는 짐승인 여우와 너구리 이야기, 현대 도시에서 창작되는 도시전설 등을 삽화와 함께 대담 형식으로 엮은 이 책은 폭발적인 인기를 얻으며, 일본인의 요괴에 대한 흥미를 충족시켜주었다.

제2차 요괴 붐 가운데 오늘날에도 이어지고 있는 현상으로, 요괴를 테마로 하는 전시회가 공공박물관에서 개최되고 있고, 그 후로도 테마를 달리 하며 각지에서 요괴전시회가 열리고 있다. 전문가가 기획하는 요괴전시회는 단순한 시청각적 흥미만을 위한 전시가 아니라, 공부하는 전시회, 즐기는 전시회로서 전시 내용과 기법이 지속적으로 발전하고 있다.

박물관의 요괴전시 붐은 1987년 여름에 효고(兵庫)현립박물관의 ‘오바케·요괴·유령...’¹⁵이 발단이었고, 아직도 계속되고 있으며 이후로도 한동안 지속될 것이다. 1993년에는 돗토리현립박물관에서 ‘미즈키 시게루와 일본의 요괴’라는 제목의 전시회가 열렸는데, 이 전시회는 이후 도쿄의 미쓰코시(三越) 백화점을 위시하여 전국 각지에서 순회전시회를 개최할 정도로 관심이 높았다. 이후로도 각지에서 요괴를 테마로 하는 크고 작은 전시회가 이어지고 있다.¹⁶ 특히 미즈키 시게루의 전시회는 “현대문명의 한계를 느낀 사람들의 허전한 마음을 치유해주는 기능”¹⁷에 중점이 놓였다.

15 小松和彦, 『妖怪』, 『妖怪・怪異の民俗学』 2, 河出書房新社, 2000, 437쪽.

16 1993년에는 돗토리(鳥取)현립박물관 ‘미즈키 시게루와 일본의 요괴’, 2001년 국립역사민속박물관 ‘이계만화경: 저승·요괴·점(異界万華鏡: あの世・妖怪・占い)’, 2004년 아사히신문사(朝日新聞社) 전국순회 ‘대 미즈키 시게루 전’, 2013년 미쓰이(三井)기념미술관 ‘대 요괴전’, 2016년 에도도쿄(江戸東京)박물관 ‘대 요괴전-토우에서 요괴위치까지’.

17 安村敏信, 『娯楽画の系譜』, 『大妖怪展-鬼と妖怪そしてゲゲゲ』, 三井文庫, 2013, 21쪽.

일본 도쿄의 초대형 공공박물관인 에도도쿄박물관에서 2016년에 열린 ‘대 요괴전 - 토우에서 요괴워치까지’¹⁸는 선사시대에서부터 현대에 이르기까지 약 4000년이라는 기간에 걸친 일본의 요괴문화를 망라하는 대규모 전시회였는데, 초미의 관심사인 최신 요괴워치까지 요괴의 역사와 조형물 전체를 전시 대상으로 삼았다는 점이 주목된다. 오늘날 일본의 사회현상의 하나라 할 정도로 관심을 모으는 게임의 상품이기도 한 요괴워치를 다루었다는 점은 요괴의 문화산업적 가치를 대변해준다.

이들 전시회는 현대 일본인의 요괴에 대한 관심의 척도가 됨은 말할 나위가 없다. 전시회의 내용과 전시기법은 다양하지만, 신화 속에 등장하는 요괴에서 현대에 창작된 요괴에 이르기까지 일본인의 옛 고향 어디엔가 있었을 법한 요괴를 그림으로 감상하며 향수를 자극하며 정신세계의 안정을 추구하며, 요괴 전시물을 통하여 시대와 공간을 초월하는 문화의 다양성을 체험하는 기회로 삼기도 했다. 요괴가 전시회의 테마가 된다는 것은 요괴 존재를 과학적으로 해석하고 학습하는 데 목표가 있다고 하기보다, 전통문화에 대한 이해 혹은 도시민에게 향수를 제공한다는 의미도 있다. 요괴의 존재를 증명한다는 차원이 아니라, 오랜 동안 축적된 요괴에 관련된 창작물에서 역사성이나 예술성을 감상하며 요괴에 대한 흥미를 점층시켰다.

한국에서도 많은 관객을 동원했던 미야자키 하야오(宮崎駿) 감독의 1988년 작 <이웃집 토토로>(となりのトトロ)는 상상 속의 친근하고 푸근한 느낌을 주는 동물 모양의 요괴인 토토로가 주인공 자매와 사이좋게 지낸다. 특정 동물을 모델로 한 것이 아니라, 동물의 일반적인 특성을 조합하여 새로운 캐릭터로 삼았지만, 결국 토토로는 기존의 실체를 변형해서 창작한 요괴의 범주에 포함되는 존재다. 토토로와 토토로 일족이 전원마을에 이사 온 소녀들과 교류하는 모습을 통해 자연과 인간의 교감을 아름답고 환상적으로 묘사하여 요괴 붐의 또 하나의 주역이자 ‘친근감을 주는 요괴의 대표적 존재’로 자리 잡고 있다.

18 기간: 2016년 7월 5일~8월 28일, 장소: 江戸東京博物館.

3) 제3차 요괴 붐과 애니메이션

1990년대 후반에 일기 시작한 제3차 붐은 소설, 애니메이션, 영화, 캐릭터 상품 등으로 현대인에게 요괴에 대한 정보와 카타르시스를 제공했다는 특징이 나타난다.

교코쿠 나쓰히코(京極夏彦)의 소설 『우부메의 여름』(姑獲鳥の夏)은 우부메라는 전통적인 요괴의 캐릭터를 빌려서 현대사회의 요괴적 인간상을 그려냈고, 인기에 힘입어 만화, 영화, 애니메이션으로 리메이크되는 등 관심을 모으며, 요괴 붐을 이끌었다.¹⁹

우부메²⁰를 소재로 한 이 소설은 현대 일본을 배경으로 하고 있는데, 소설 속에서 주인공이 연애 중에 임신하게 되고, 주술을 빌려 아기를 낳는다. 아기는 오랜 동안 봉인되어 있었는데, 낳고 보니 뇌가 없는 무뇌아였고 아이의 아빠도 누구인지 알 수 없다는 등 불가사의한 이야기로 전개된다. 매우 음산한 분위기 속에서 오랫동안 이어지던 우부메 전승의 비극적 요괴가 현대 젊은이들의 모습과 영아 실종과 살해, 살인 등의 그로테스크한 상황과 오버랩되어 있다. 이 소설은 베스트셀러가 되었고 작가는 요괴나 괴이함을 소재로 한 작품으로 오랫동안 인기를 얻고 있다.

1997년에는 미야자키 하야오 감독의 애니메이션 영화 〈원령공주〉(もののけ姫)가 발표되어, 당시 일본 영화 역대 흥행수입 1위가 될 정도로 사회적 인 주목을 받았다. 고대부터 전승되는 ‘모노노케’(物の怪), 즉 원령(怨靈)에 대한 일본인의 공동환상(共同幻想)을 바탕으로, 자연 파괴 과정에서 발생한 분노와 억울함, 화해와 치유 등을 그려냈다. 자연보존과 환경오염에 대한 관심과 모노노케에 대한 속신(俗信)²¹이 맞물리며 요괴 전반에 대한 관심이 증

19 京極夏彦, 『姑獲鳥の夏』, 講談社, 1998.

20 우부메(姑獲鳥)는 유모새(乳母鳥) 혹은 귀조(鬼鳥)라고 하는 요괴의 일종이다. 사람의 목숨을 빼앗아 가기도 하며, 아이 울음소리로 울면서 밤에만 날아다니며 특히 아기들에게 해를 입힌다고 한다. 남의 아기를 빼앗아 자기 아이로 삼거나, 날어놓은 아기 옷을 보면 피를 묻혀 표시해두는데, 그 아이는 혼을 빼앗기거나 경기(驚氣)가 든다고 한다. 일본에는 밤에 아이의 옷을 말리면 우부메가 지나가다가 보고 그 옷에 자신의 젖을 짜서 발라둔다고 하는 설화가 있는데, 그 젖에는 독이 있다고 한다.

21 속신(俗信)은 '민간신앙 가운데 주술-종교적인 사유를 기초로 하고 있지만, 아무런 조직이나 집단을 형성하지 않으며, 생활의 각 방면에서 채택되는 현실대응 수단 혹은 기술이나 이에 기초가 되는 비

폭되는 계기가 되었다고 생각한다.

속신이란 민간신앙의 한 분야로서 체계적인 교의(敎義)나 사제가 존재하지는 않지만, 일상생활 속에 전승되는 가치관과 삶의 지혜를 담고 있다. “일본인이 지닌 생리적 발상(發想) 방식이나 체험적 발상 방식에서 나온 것으로서, 논리적인 정합성(整合性)은 부족하지만, 초자연적인 존재와 관련되는 상황에서는 인간의 지혜로서 유효하게 작용하게 된다. 이러한 까닭으로 현대 사회에서도 이른바 주술이나 속신은 여전히 의의를 지니고 있다.”²² <원령공주>는 전통적인 속신의 개념을 저변에 깔고, 자연과 인간의 공존, 집단 사이 공존이라는 보다 큰 주제를 그려내며, 어린이용 애니메이션에서 벗어나 일본사회 전체에 공감을 불러일으켰다.

제3차 요괴 붐의 중심에 수많은 요괴가 등장하는 2001년 미야자키 하야오 감독의 애니메이션 영화 <센과 치히로의 행방불명>(千と千尋の神隠し)이 있다. 원제에 제시된 가미카쿠시(神隠し)는, 재해 등으로 어떤 인물이 있는 장소·행선지·소식·안부 등이 확실하지 않게 된 상태를 말하는 ‘행방불명’으로 번역되었지만, 일본어에서는 좀 더 속신적인 요소를 포함한 어휘다. 가미카쿠시는 사람이 어느 날 갑자기 사라져버리는 현상으로, 신의 영역인 산이나 숲속에서 행방불명되거나, 마을이나 길을 가다가 실종되는 경우, 이는 신이 특별한 뜻이 있어 데리고 갔거나 숨겨두었다고 생각한다는 개념을 전제로 한다. 이런 사람은 어느 날 갑자기 나타나기도 하는데, 그간의 행적을 제대로 설명하지 못하면, 역시 신이 데리고 갔다가 돌려보냈다는 식으로 설명하는 괴이한 현상을 말한다.

주인공 치히로는 요괴의 세계에서 새로운 이름을 부여받아 센이라 불리는데, 새로운 이름으로 불리는 이계(異界)에는 이계의 생활방식이 있다고 작품의 플롯이 설정된다.

이 애니메이션에는 미야자키 하야오가 창작한 요괴가 다수 등장하여 요

교의적(非敎義的)이며 비체계적인 자연관’을 가리킨다. 小口偉一·堀一郎, 『俗信』, 『宗教学辞典』, 東京大学出版会, 1982, 510쪽.

22 宮田登, 『総説』, 『巫俗と俗信』, 弘文堂, 1980, 12쪽.

괴 퍼레이드와 같은 볼거리를 제공한다. 에마 쓰토무(江馬務)는 요괴의 비주 열적인 측면을 기준으로 인간이 변화한 경우, 동물이나 식물이 변화한 경우, 기물(器物)이 변화한 경우, 자연물이 변화한 경우 등으로 분류했다. 그는 요괴가 되기 전의 본체(本體)를 ‘① 사람 ② 동물 ③ 식물 ④ 기물 ⑤ 자연물’²³ 등 5가지로 나누고, 요괴는 원래 모습에서부터 변화한 결과물이 인간에게 시각적 특징으로 전달되는 것이라 지적한다. 개념에서 출발한 요괴를 형상화할 때는 위의 5가지 중 어느 하나와 유사한 부분으로 구성되거나, 이들 중에서 각기 다른 부분을 하나로 엮어 새로운 요괴의 모습을 창조해내고 할 수 있다.

이런 원리를 <센과 치히로의 행방불명>에 적용해보면 ① 사람의 변형: 유바바, 보일러 할아범, 3개의 사람의 머릿통, ② 동물의 변형: 주인공의 아버지인 돼지, 목욕탕관리자 개구리, ③ 식물의 변형: 오시라사마로 변한 거대한 무, ④ 기물의 변형: 얼굴이 없는 요괴로 변한 가면, ⑤ 자연물의 변형: 뱀 모양으로 하늘을 날아다니는 강물 등의 요괴가 등장한다. 이 5가지 본체가 여러 방식으로 결합하거나 분해함으로써 새로운 요괴를 창작해내고 있다.

제3차 요괴 붐은 본격적인 디지털 테크놀로지를 구사하여 한층 더 다양하고 섬세한 요괴 캐릭터를 창조해냈고, 대중의 공감을 받았다는 데서 이전의 붐과 구별된다고 볼 수 있다.

4) 제4차 요괴 붐과 IT 산업

2014년에는 IT 기술과 산업을 기반으로 하는 새로운 양상의 요괴 붐이 일기 시작했다. 2014년의 히트상품²⁴으로 ‘요괴워치’가 최고의 히트상품, 즉 요코즈나(横綱: 일본 스모의 가장 높은 계급)로 평가되고, 애니메이션 <겨울왕국>과 영화 <해리포터>가 다음의 상위 그룹을 차지했다.

요괴워치는 2013년에 발매된 게임소프트웨어와 이에 연계된 시계 모양

23 江馬務, 『日本妖怪変化史』, 中央公論社, 2004(1923), 13쪽.

24 월간정보지 『닛케이트렌디』(日経トレンディ)는 매년 연말에 히트상품 베스트 30을 발표한다. 그해에 유통된 상품이나 서비스 가운데 판매량, 신규성, 영향력을 집계하여 히트 정도를 평가한다.



〈그림 5〉 2016년 최고의 히트상품 '포케몬고'

의 아이템의 명칭이다. 이 게임이 큰 인기를 얻자 애니메이션, 만화, 완구, 영화 등 다양한 미디어매체에서 재생산되었고, 이듬해 히트상품으로 선정되면서 현재도 어린이뿐 아니라 일부 성인 사이에 높은 평판을 유지하고 있으며, 한국에도 시장이 형성되어 있다,

일본에서 만들어낸 요괴가 현대 국제 사회에서 국경을 넘어 세계적인 상품으로 재생산되는 경우가 있다. '히트상품 순위'

는 스모의 형식을 빌려서 동편과 서편으로 나누어 순위를 발표한다. 2016년 동편의 요코즈나는 게임소프트웨어 '포케몬고', 오제키(大関: 스모의 2위 등급)는 괴수영화 <신 고지라>, 세키와케(関脇: 스모의 3위 등급)는 미국 대통령 '트럼프 현상'이었고, 서편은 차례대로 애니메이션 영화 <너의 이름은>(君の名は), 'AI', 'PSVR' 등이었다. 이 가운데 요괴 관련 상품으로 '포케몬고', '신 고지라'가 선두에 있음이 주목된다.

'포케몬고'는 스마트폰의 증강현실 프로그램을 활용한 게임으로 일본의 닌텐도가 출시한 포켓몬스터, 즉 '포케몬'을 기반으로 한다. 포케몬고는 구글에서 독립한 나이안틱스가 개발을 담당한 위치정보를 활용한 게임 어플리케이션으로, 5억 건 이상의 다운로드를 달성하여 그 경제효과를 '포케모노믹스'²⁵라고 할 정도였다. 2014년에 '요괴위치'가 애니메이션, 영화, 만화, 게임, 캐릭터상품 등으로 대량 생산되어 제4차 붐이 일어난 이래 대중문화로서 요괴 붐은 지속되고 있다.

이와 같은 요괴 붐의 배경에는 현대인의 불안을 완화해주는 속신, 즉 민

25 일본 주식시장에서 포케모노믹스라는 키워드가 주목받고 있는데, 아베 신조(安倍晋三)의 경제대책인 아베노믹스에서 따온 말이다. 포켓몬 사회현상이라고 할 정도로 VR(virtual reality)을 구사하는 게임 포케몬고가 세계적으로 히트하자 규모와 영향력이 커진 관계시장의 흐름 전반을 지칭하는 용어가 되었다.

간신양적 요소가 기능하고 있다고 생각된다. 또한 요괴는 현대의 문화산업의 생산물이자 엔터테인먼트로서 현대인에게 적합한 형식으로 편집 가공되어 제공됨으로써 주기적으로 폭발적인 인기를 누리고 있다고 볼 수 있다.

5) 합리주의와 요괴라는 판타지의 양립

『고사기』, 『일본서기』로 대표되는 일본의 신화집 이래 수많은 요괴가 창작되고 전승되며 요괴의 역사가 전개되었다. 고대와 중세를 거치는 기간에 일본인은 요괴라는 존재를 반신반의하면서 공포의 대상으로 여기기도 하고, 그 이야기나 조형물에 매료되어 오락의 대상으로 여기기도 했지만, 사실을 증명할 수 없는 미지의 세계에 대한 무지는 고대로 거슬러 올라갈수록 더 큰 공포로 작용했다. 여기서 요괴는 시대적 환경을 반영하며 재창작되기도 하면서 새로운 요괴가 등장했고, 에도 시대에 목판인쇄에 의한 출판물이 대량 생산되자 요괴를 소재로 한 읽을거리, 볼거리가 제작 유통되며 대중의 호기심을 자극하기 시작했다.

에도 시대에 이르면 정치적 안정기가 지속되며, 여유 있는 도시상공민을 중심으로 요괴에 대한 흥미가 재생산을 거듭하며, 요괴에 대한 공포심도 차츰 줄어들기 시작한다.

에도막부의 제8대 쇼군 도쿠가와 요시무네(徳川吉宗, 재위 1716~1745)는 ‘교호(享保) 개혁’을 추진하여 막부의 재정 악화를 극복하려 했다. 이런 정책의 영향은 차츰 문화에도 나타났다. 요시무네는 식산흥업을 장려하고 이를 위한 기초작업으로 전국의 물산(物産) 조사를 실시했다. 일본의 물산, 박물(博物)의 명칭, 형상, 산지 등을 조사하고 결과를 편찬했다. 각 지방에 채약사(採藥使)를 파견하여 산이나 들을 찾아 약초를 채집하는 등 실천적인 조사를 명령했다. 이러한 과학적 접근은 일본인의 자연관을 크게 바꿔놓았다.

채약사는 약재의 채집뿐만 아니라 본초학자(本草學者)이자 막부에 소속된 의사로서, 막부의 명령을 받고 약초를 채집하기 위하여 산야를 찾아다녔다. 이때 여정이나 채집한 약초명을 기록하여 「채약기」를 남겼다. 단순하게 초목의 명칭에 대한 방대한 메모에 머문 기록도 많지만, 그중에는 등산의

어려움이나 다녀온 마을을 묘사하기도 했는데, ‘감상적 요소를 배제하여 냉정한 관점에서 구체적으로 서술한 부분은 중요한 의미’²⁶를 지닌다.

여러 「채약기」 가운데 우에무라 마사카쓰(植村政勝, 1659~1777)의 『제주채약기』(諸州採藥記)는 당시의 시대적 관심과 상황을 파악할 수 있는 귀중한 기록이다. 우에무라는 요시무네를 따라서 기슈(紀州)에서 에도에 왔고, 나중에 고마바 약원(駒場藥園)의 책임자로 근무했다. 그의 신분은 본초학자이자 은밀(隱密)이었다. 은밀은 직접 쇼군의 명령을 받고 은밀하게 첩보 활동을 하는 직책으로, 향간의 동태를 파악하여 보고하기도 하고, 신분을 감추고 지방을 다니며 정세를 시찰하여 보고하는 지식인이었다. 1715년부터 1753년 사이에 작성한 『제국채약기』 가운데 당시의 지식인을 대표하는 그의 요괴관이 잘 드러나 있다.

요괴에 관한 새로운 인식의 전형적인 사례는 우에무라 마사카쓰가 시모쓰케국(下野国) 나스노(那須野)의 살생석(殺生石)에 대해 조사한 기록에서 찾아볼 수 있다. 구미호가 변해서 된 바위라고 전해지는 살생석에 접근한 동물이나 사람은 모두 죽게 된다는 전설²⁷ 때문에 두려워했지만, 우에무라는 살생석을 주저 없이 쪼갠 뒤에 주저하지 않고 핥아 맛을 보고 “단지 보통 돌(常の石)일 뿐이다”²⁸라고 선언했다. 이 바위는 그때까지만 해도 신앙의 대상이자 전설과 같은 ‘의미’를 가진 존재였다. 그러나 우에무라는 사물은 사물이며, 관찰할 수 있는 요소의 집합체에 불과하다고 판단했던 것이다. 이렇게 자연을 대하는 방법과 관점이 바뀌면, 사람들은 점차 신앙과 관련된 자연물을 두려워하지 않게 된다. 자연의 현상에 대한 이해가 깊어짐에 따라, 사람들에게 두려움을 주던 요괴의 위상도 격하되고 “요괴 따위는 없다는 생

26 坂板耀子, 「採藥記の世界」, 『福岡教育大学紀要』 38, 1989, 1쪽.

27 鳥山石燕, 「今昔百鬼拾遺」, 『画岡百鬼夜行』, 国書刊行会, 1992, 226쪽. 이 요괴화집의 ‘살생석’ 부분에는 하늘을 향해 독기를 뿜어내는 여우 모양의 바위와 그 독 기운에 떨어지는 새, 이미 죽은 동물의 뼈 등을 묘사하고, “살생석은 시모쓰케국(下野国) 나스노(須野)에 있다. 늙은 여우가 변한 바위인데 새나 짐승이 여기에 스치면 모두 죽는다”는 설명문을 써넣었다. 살생석이 공포의 대상으로 널리 알려져 있었음을 알 수 있다.

28 植村政勝, 「下野国」, 『諸州採藥記』 卷二, 日本국립국회도서관 소장본, 12쪽.



〈그림 6〉 접근한 생명체는 모두 목숨을 잃는다는 살생석(왼쪽)

〈그림 7〉 오늘날의 살생석(오른쪽)

각이 상식²⁹처럼 일반화되는 사례라 할 수 있다.

가까이 다가가면 누구나 죽는다는 엄격한 금기가 지켜지던 살생석을 우에무라는 단순한 ‘물건’으로 관찰하고 선언했으며 그 내용을 기록으로 남겼던 것이다. 채약사, 즉 본초학자들은 이미 자연주의적·합리적 사고방식을 지니고 있었다. 우에무라는 관찰대상을 전승과 신앙 등 ‘의미’의 단계에서 가 아니라, 오감을 통해 관찰할 수 있는 여러 요소의 집합체로 보았다. 즉, 물건이 지닌 다양한 의미에서 벗어나 객관화시킨 물체 그 자체로 보았던 것이다. 이러한 자연주의의 시선은 다양한 물건을 ‘의미’의 굴레에서 해방시켰다. 이른바 탈신비화의 과정이었다. ‘의미’의 굴레에서 벗어났다는 것은 또 다른 의미를 지닌다. 오감으로 사물의 특징을 파악한다는 점이 중시되면, 유래가 다른 사물이 동일한 평면 위에 정렬되고 같은 기준으로 계량화되어 무형적인 가치를 무시하게 된다는 한계를 지닌다.

18세기 후반 선진적 지식인들의 정신세계가 과학으로 심화되는 단계에는 이르지 못했지만, 사물의 객관적인 관찰법을 인식하고, 취미로서 사물을 수집하는 박물학이 큰 관심을 모았다. 그러한 가운데 지식인들은 요괴의 존재를 좀 더 냉철하게 보며 송두리째 부정하는 시각과 더불어, 한편으로는

29 香川雅信, 「現代に息づく江戸の妖怪文化」, 『水の文化』 53, ミツカン水の文化センター, 2016, 14쪽.

“요괴는 있다고 생각하며 즐기는 편이 더 낫다”고 고쳐 생각하며, 요괴를 오락의 대상으로 활용하는 경향이 나타났다. 이런 까닭에 18세기 후반에 요괴 문화가 활발해지게 된다. 요괴에 관한 전래의 소재에 새로운 소재가 보태지며 이야기와 그림, 서적, 연극으로 대량 재생산되면서 판타지를 즐기는 대중문화로서 융성하게 되었고, 오랜 시간에 걸쳐 향유되며 오늘날에 이르러는 요괴문화의 원천자료로 기능하기에 이른다.

3. 사회제도 속에 편입된 요괴문화

1) 대학수학능력시험에 출제되는 요괴

2014년에도 만화의 장면을 그대로 출제에 응용한 사례³⁰가 있지만, 2017년 1월 14일에 시행된 전국 공통 대학수학능력평가시험인 대학입시센터시험에, 최근 인기있는 ‘요괴’에 대한 선행지식이 있어야 풀 수 있는 일본사 문제가 출제되어 세간의 화젯거리가 되었다. 요괴는 과학적으로 설명되지 않는 존재지만, 국가가 관리하는 시험에 등장한 것은 현대사회에서 요괴에 대한 인식을 공유하고 있기 때문에 가능하다고 생각한다.

예를 들면 「일본사 A」의 시험 문제 가운데 ‘요괴위치’ 캐릭터를 비롯하여 일반상식처럼 널리 알려진 요괴에 대해 어느 정도의 지식이 있어야 답을 낼 수 있는 문제가 출제되었다. 구체적으로는 미즈키 시게루가 그린 ‘신 누리카베’(新ぬりかべ)와 ‘신 누리리혼’(新ぬりひょん)과 요괴위치에 등장하는 ‘무다즈카이’(ムダヅカイ)와 ‘로보난’(ロボニャン) 등 네 가지 요괴의 성격을 파악하고 있어야 답안을 찾아낼 수 있는 문제였다.

문제에는 네 개의 요괴 캐릭터와 상황을 설명하는 지문이 제시되었다.

30 2014년 1월에 시행된 대학입시센터시험 일본사 문제에서 제2차 세계대전 말기 일본 국내의 어려운 상황을 파악하고 있는가를 묻으며 저명한 만화가 테스카 오사무(手塚治虫, 1928~1989) 자신이 군수 공장에 동원되었던 장면을 그린 만화가 출제되어, 만화가 시험에 지문으로 쓰인 선례가 있다. 테스카 오사무는 ‘철완 아톰’의 만화와 애니메이션이 대표작이지만, 초기에는 요괴가 등장하는 만화를 많이 그렸다.

지문 1)의 ‘신 누리카베’라는 요괴는 말리려고 널어놓은 이불처럼 널찍하게 생긴 요괴인 누리카베의 현대판 요괴라고 할 수 있다. 냉장고가 널리 보급되면서 비교적 넓은 이미지의 누리카베가 냉장고 문짝과 닮았기 때문에 신 누리카베라는 이름이 붙었고, 가정에 널리 보급되기 시작한 냉장고를 요괴로 비유하던 시대적 상황을 묻는 문제였다. 문제의 핵심은 일본에 냉장고가 보급되고 각지에 슈퍼마켓도 많이 생기며, 소비와 생활 패턴의 변화가 생기던 시기가 언제인지 알고 있는가였다.

지문 2)의 ‘신 누리리혼’이라는 요괴는 에어컨이 일반화된 현대사회에서 에어컨을 가동해도 방의 온도가 낮아지지 않게 만든다는 요괴다. 에어컨이 널리 보급된 시기, 즉 신 누리리혼이 화제가 되던 시기를 알아야 풀 수 있는 문제로 이 시기와 일본의 산업이 국제화되어 공동화(空洞化) 현상이 일어나는 시기가 일치하는가 아닌가를 묻는 문제였다.

지문 3)의 ‘무다즈카이’는 거품경제시대에 나타난 요괴로 사람들이 돈이나 물건을 험프게 쓰게 만드는 특성이 있다. 일본의 주가(株價)가 폭등하던 시대는 무다즈카이가 나타난 시대와 일치하는가를 묻는 문제였다. 요괴 위치 가운데 등장하는 캐릭터인데 항상 입을 벌리고 있어 돈이 새어나가는 것처럼 보이는 모습이 특징적이다.

지문 4) ‘로보냥’은 미래에서 온 로봇 요괴로 자신의 몸속에 초콜릿을 만드는 공장이 있다. 기업이 감량경영을 하기 위해 로봇을 도입하는 시기와 고도경제성장 시기가 일치하는지 묻는 문제였다. 요괴위치에 등장하는 요괴가 전통적인 요괴처럼 생물체나 자연물에서 지위를 얻은 것이 아니라 인공물, 즉 로봇에서 발생한 짐이 현대 산업구조의 개편 방향과 밀접한 관계



〈그림 8〉 2017년 일본의 대학수학능력시험에 출제된 요괴

가 있다는 점을 전제로 한다.

이와 같이 만화나 게임, 애니메이션 등을 통해 얻은 요괴에 관한 선행지식을 가지고 일본 현대사에서 산업의 발전단계를 체계적으로 이해하고 있는지를 묻는 것이 출제의 의도였다. 아이들이나 보는 만화의 주인공쯤으로 치부해버릴 수 있는 요괴 캐릭터를 국가적인 시험에 출제하여 사회적으로도 화젯거리가 되었지만, 이런 출제방식에 대하여 일본사회에서도 별문제로 삼지 않았고 비난이나 부정적인 평가가 있었다는 보도도 찾지 못했다. 요괴의 과학적 의미나 속신적인 요소를 따지지 않고, 요괴를 생활의 일부로 수용하는 일본인의 공통된 사고가 이런 출제를 가능하게 했다고 생각한다.

2) 국가에 의하여 관리되는 요괴의 호적

일본이 근대국가를 지향하던 시기에는 퇴치의 대상, 박멸의 대상, 미신으로 타파해야 할 대상으로 인식되던 요괴가 오늘날에는 일본의 중요한 대중문화의 영역으로 인식되고 있다. 산업의 영역에서 관광자원이라는 시각에서, 인문학의 중요한 연구 테마이자 일본의 아이덴티티를 드러내는 공공의 문화유산이라는 차원에서 새로운 평가를 받고 있다.

쇼핑객을 유치하기 위하여 요괴와의 인연을 캐치프레이즈로 하는 요괴상점가가 여러 곳이 있는가 하면, 승객을 모으기 위한 요괴 전차가 있고, 즐비한 요괴 브론즈상으로 꾸민 요괴 스트리트를 만들어 관광도시³¹로 꾸미기도 한다. 각처에서 요괴가 실존하는 것처럼 그럴 듯하게 꾸민 관광용 요괴전차(妖怪電車)³²가 운행되고, 전시회나 요괴상품 판매회가 열리고, 요괴를 다룬 영화와 만화·소설이 현대의 대중문화 취향을 반영하며 끊임없이 재생산되고 있다. 여기에는 요괴에 대한 일반인의 친밀감과 흥미가 전제되어 있음은 말할 나위가 없다.

31 水木しげる, 「妖怪と人間が共存するまち」, 『水木しげる記念館公式ガイドブック』, 朝日新聞社, 2003, 99~103쪽.

32 민영철도회사인 北陸鉄道, 江ノ島電鉄, 比山電鉄, 京福電気鉄道の 사례와 JR의 노선 가운데 요괴위치를 장식한 열차가 운행 중이다.



〈그림 9〉 국제일본문화연구센터의 요괴자료 데이터베이스

이와 같은 친밀감이나 흥미는 어디서 오는 것이며, 어떤 의미를 지니는가에 대한 학문적인 탐구도 날로 심화되어가고 있다. 많은 요괴 창작자와 요괴 수집가, 요괴 연구자가 개별적으로 혹은 공동작업으로 연구 성과를 축적하고 있다. 인터넷 사이트 중에는 많은 노력과 시간을 들여가며 요괴에 대한 재미있는 정보를 전하는 사람도 있고, 특정 요괴를 깊이 있게 다루는 마니아도 적지 않다.

호적(戶籍)이란 가족집단(戶) 단위별로 국민을 등록하는 공문서를 말한다. 21세기 현재는 중국과 일본에만 있는 제도이며, 개인의 인격권보다는 정권이 사회를 파악하기 위한 효율성을 우선할 때 쓰는 제도다.

일본의 요괴학자들은 많은 준비와 오랜 시간을 들여 마치 호적처럼 일본의 요괴자료들을 만들었고 이것을 교토에 있는 인문학 연구기관인 국제일본문화연구센터에서 ‘괴이·요괴 데이터베이스’³³로 구축하여 방대한 분량의 요괴 자료를 많은 사람들이 활용할 수 있게 공개하고 있다. 이 데이터

33 괴이·요괴 데이터베이스 <http://www.nichibun.ac.jp/youkaidb/index.html>(최종 검색일 2017. 12. 20). 검색 기준은 전문(全文) 검색, 상세 검색, 지역검색, 호칭 검색, 호칭일람으로 검색, 대표적인 요괴 호칭으로 검색 등으로 설정되어 있다.

베이스는 자료를 체계 있게 분류하여 텍스트와 이미지 파일로 연구자와 문화콘텐츠 창작자에게 원천자료를 제공하며, 학문적 성과를 사회에 환원하고 있다.

전국 각지에서 수집 정리되어 자료화되거나 카드 상태로 덜 정리된 요괴 자료 약 3만 5천 건은 지역에 따라 다른 호칭으로 수집되기도 하여 중복되는 내용도 많다. 예를 들면 ‘기쓰네’, 즉 여우가 방언으로 나타나거나 변형되거나 새로운 의미를 첨가하며 새로운 호칭을 지니기도 하는데, ‘기쓰네 쓰키, 기쓰네비, 구다기쓰네, 기쓰네노요메이리, 시로기쓰네, 오토라기쓰네, 기쓰네피...’ 등으로 분화되는 모양을 보이며 이들의 명명 과정이나 상호관계 등에 대한 연구와 인덱스화 작업이 진행되고 있다.³⁴

전문 연구자에 의하여 운영되어 신뢰성이 높은 이 데이터베이스는 각종 문헌과 조사자료를 체계화하여 누구나 쉽게 활용할 수 있도록 공개하고 있다. 요괴의 출신지역과 혈통, 친족관계, 이력과 분포, 변형, 자료의 출전 등을 명기하고 있기 때문에, 달리 말하면 국가가 관리하는 ‘요괴 호적 관리시스템’이자 잘 정리된 ‘요괴 문화자원 창고’라고 평가할 수 있다.

4. 요괴의 놀이화와 도구화

1) 이미 사회현상화된 요괴위치

오늘날에도 여전히 현대의 사회상과 생활을 반영한 요괴가 끊임없이 만들어지고 있다. 지하철 게이트에서 갑자기 교통카드가 제대로 읽히지 않으면 당황하여 이는 ‘도오센보’(通せんぼ), 즉 통과시키지 않으려는 요괴의 탓으로, 집안 어딘가에 있을 휴대폰을 찾지 못하면 ‘리모콘 가미카쿠시’(リモコン 神隠し) 요괴가 리모콘을 숨겼다고 탓하기도 한다. 고도정보화 사회에서도 잘 쓰고 있던 과학적 기기가 고장나거나 이상해지면 당황하며 요괴의 수작

34 山田奨治, 「怪異・妖怪呼称の名彙とその計量」, 『妖怪文化研究の最前線』, 세리카書房, 2009, 269~284쪽.



〈그림 10〉 요괴워치 요괴들



〈그림 11〉 요괴워치 주인공 게이타

이라고 여기기도 한다. 이런 현상은 일일이 과학적으로 설명하기 어려울 뿐만 아니라, “요괴라는 핑계 대상을 머릿속에 떠올리는 것이 편하기 때문이다.”³⁵ 자신의 부주의를 반성하기에 앞서 요괴라는 존재에게 책임을 전가함으로써 심리적 부담을 줄이려는 본능적인 행위일 수도 있다.

‘요괴워치’(妖怪ウォッチ)는 2013년 게임회사 닌텐도가 발매한 휴대용 게임기(3DS)로 작동하는 게임소프트웨어 및 작품 중에 소도구로 쓰이는 시계 모양 아이템의 상품명이다.

요괴워치는 게임소프트웨어와 요괴워치라는 게임용 시계를 시작으로 만화, 애니메이션, 영화, 캐릭터 등 다양한 파생상품을 낳았고, 요괴를 현대 사회의 친근한 유희 소재, 소비대상으로 삼고 있음이 주목된다. 요괴워치 발매 후 사람들이 현대의 요괴에 대하여 큰 관심을 보이고, 폭발적인 판매 기록을 올리자, 매체에서는 이를 ‘이미 정착된 사회현상’(もはや社会現象)이라고 보도할 정도였다.³⁶

게임의 설정은 요괴워치를 쓰는 친구를 점점 늘려서 자신과 같은 동료로 만들고 같이 힘을 모아서 문제를 해결해나가는 것을 목표로 하고 있다.

35 岩井宏実, 「現代と妖怪」, 『図説日本の妖怪』, 河出書房新社, 2000, 100쪽.

36 「もはや社会現象!? 『妖怪ウォッチ』ってなに?」, 『SPA!』, 2014. 7. 23(후지산케이 그룹의 출판사가 발행하는 종합주간지).

예를 들어 직장의 분위기가 우중충해지고 있다는 고민을 들은 주인공이 요괴워치로 원인을 찾았더니, 지메린보(じめりんぼう)라는 요괴가 보였다. 친구들과 함께 그 요괴를 물리치고 문제를 해결하는 등, 문제해결형의 스토리 전개방식은 기존의 대전(對戰) 중심의 게임과 성격이 크게 다르다.

주인공과 같은 시계형 장난감 ‘요괴워치’를 구입하여 현실 세계에서 게임의 세계를 체험할 수 있다는 점도 인기의 비결이다. 요괴워치와 요괴를 호출하는 데 쓰는 요괴메달 등 실제 상품을 소유하는 즐거움도 맛볼 수 있다는 요괴의 새로운 소비방식이 등장한 것이다. 메달을 시계에 장착하면 요괴워치 애니메이션에 요괴가 등장할 때와 같은 음악이 들려서 애니메이션을 보는 분위기를 느낄 수 있다는 점이 특징이다.

요괴워치 게임은 일종의 RPG(Role Playing Game)로 각편마다 에피소드를 따라가며 유저가 목표점을 향해 문제를 해결해나간다는 설정이다. 요괴를 친구로 둔 주인공 아마노 게이타(天野景太)는 초등학교 5학년의 평범한 소년이지만, 어느날 위스파라는 요괴의 봉인을 풀어주게 되고, 답례로 요괴워치를 선물받는다. 게이타의 친구 고다마 후미카(木靈文花)는 품행이 단정하지만 요괴에게 약한 소녀로 등장한다. 어느 여름날 주인공 게이타는 산기슭에서 곤충채집을 하던 중에 요괴 집사 위스퍼를 만나, 요괴를 볼 수 있는 신기한 시계 ‘요괴워치’를 손에 넣는다. 요괴를 볼 수 있는 요괴워치를 써서 곳곳에 출몰하는 유령과 친구가 되고, 때로는 그들과 협력하여 친구들과 마을 사람들의 고민이나 문제를 해결해나간다.

작품 중에서 친구들 사이에 생긴 곤란한 문제나 이상한 현상은 모두 ‘요괴의 소행’으로 단정 짓고 요괴의 도움으로 문제를 해결하거나 요괴를 물리침으로써 현상을 바로 잡는다는 줄거리로 반복된다. 어떤 경우에는 주인공이 요괴와 ‘친구 계약’을 하면 요괴를 불러낼 수 있는 메달을 얻을 수 있고, 필요할 때 그 메달을 요괴워치에 장착하면 요괴를 불러낼 수 있다.

요괴워치의 에피소드는 초등학생들 사이에 일어나는 일상적이고 사소한 고민을 다루어 어린이들과 학부형 세대의 공감을 얻고 있다. 또한 주제의 설정이나 캐릭터 명칭은 잘 알려진 예전의 영화나 텔레비전 프로그램·

만화·문학작품이나 실존인물에 대한 상투적인 찬사나 패러디, 언어유희를 통해서 주제를 설정하거나 캐릭터의 이름을 짓는 방식을 따르기 때문에 원천자료, 즉 원래의 이야기를 알고 있는 어른들도 아이들과 함께 즐길 수 있다. 요괴워치는 새로운 버전으로 이어지며, 새로운 요괴 캐릭터가 등장하고 새로운 에피소드가 더해지며 큰 인기를 누리고 있다.

2) 요괴워치의 놀이방식과 문제의 외재화

요괴워치에 등장하는 ‘게임 레벨 5’의 사례는 다음과 같다. 어디에나 있을 법한 현대의 평범한 마을 ‘사쿠라 뉴타운’을 무대로 요괴가 있는 일상이 전개된다. 보통사람들의 눈에는 전혀 들어오지 않는 사건이 요괴에 관심이 있거나 요괴가 문제를 일으킨 사람들 사이에서 전개된다는 설정이다.

주인공 게이타를 중심으로 게임이 전개되는데, 게이타가 요괴를 만나는 목표, 즉 ‘퀘스트’(quest)가 설정된다. 게이타가 친구의 고민이나 사건을 하나 하나 해결하며 스토리를 진행시키며 퀘스트를 처리해나간다. 어떤 때는 서브 퀘스트가 생겨 이를 처리하고 퀘스트 과정으로 돌아온다.

예를 들어, 게이타의 친구 후미카가 다른 친구와 싸움을 했다. 후미카는 생각하고 있던 것을 전부 말해버려 상대를 화나게 했다는 것이다. 게이타가 후미카가 상대를 화나게 했던 이유가 무엇인가 찾아내려고 요괴워치로 사방을 둘러보았더니, 사람의 속마음을 앞뒤 가리지 않고 말해버리게 하는 요괴가 후미카에게 빙의해 있는 것이 보였다. 폭로해버리는 할멈이라는 뜻의 ‘바쿠로바바’(暴露婆)라는 요괴였다. 게이타는 먼저 바쿠로바바를 불러내어 친구가 된 다음에 다시 후미카에게 빙의하게 해 친구와 화해를 시도한다. 그냥 화해하려면 어려웠겠지만, 바쿠로바바의 도움으로 성공적으로 화해할 수 있었다.

게이타의 활약으로 화해를 이끌어낸다는 에피소드가 일단락되면, 퀘스트가 클리어되고 다음 에피소드로 나아간다는 것이 게임의 기본구조다.

다른 퀘스트의 예를 들면, 게이타는 편의점 점원으로부터 함께 일하고 있는 아르바이트생이 갑자기 짜증을 내서 걱정이라며 어떻게 손을 써달라

는 부탁을 받는다. 게이타가 요괴워치를 들여다보며 원인을 찾았더니, ‘네가티분’(ネガティブーン)이라는 요괴가 빙의했기 때문이었다. 그 아르바이트생이 짜증을 내며 하는 말마다 ‘네가티브’한 까닭은 네가티분이라는 요괴 탓으로 원인규명이 되었고 이를 처리해야 한다는 목표가 설정된 것이다.

이밖에도 유치원에서 갑자기 감기가 유행하는 원인을 요괴워치로 찾아보았다. 아이들은 무언가가 목을 쿡쿡 찌르는 것처럼 아프다고 했다. 이때 요괴워치에 ‘이가이가구리’(イガイガグリ) 요괴가 나타났다. 즉 밤송이 모양의 요괴가 아이들에게 빙의해 있었던 것이다. 게임은 곧 이가이가구리 요괴 퇴치를 목표로 전개된다.

여기서 논자는 요괴워치의 에피소드의 기본구조에 관심을 집중시키고자 한다. 오늘날 일본사회에 이처럼 널리 알려진 요괴 관련 상품은 달리 없다고 생각되며, 무궁무진하게 창작되는 에피소드에는 현대 일본인의 요괴관이 잘 반영되어 있기 때문에 현대 일본사회를 파악하는 중요한 소재가 될 수 있다고 보기 때문이다.

요약하자면, 일본인들은 현대사회에도 에피소드를 즐기며 소비하는 대상으로 요괴가 존재한다고 보는 점, 요괴를 찾아낼 수 있다는 요괴워치를 구입하고 소유하려는 물질적인 욕망을 감추지 않는다는 점, 현대의 요괴관 찾아내고 만나서 대화를 통하여 복속시킬 수도 있고 퇴치할 수도 있다는 존재라고 생각하는 점이다. 이처럼 요괴워치는 인간과 요괴의 거리를 가까워지게 하고 현대인의 삶에 판타지를 제공해준다는 점에서 긍정적인 면도 있지만 동시에 자신의 책임을 요괴에게, 나아가 남에게 전가해버리는 나쁜 습관이 생길 수 있다.

최근에 요괴워치의 상품성도 대단하지만, 요괴워치가 주는 메시지의 하나인 ‘모두가 요괴 탓’이라는 말은 단순히 언어의 세계에 머무는 것이 아니라, 특히 아이들의 생활 속에 침투되어 실생활에서도 기대하던 것과 다른 결과가 나오거나 일이 힘들어지면 요괴 탓으로 돌리려는 경향 때문에 사회적인 문제가 되기도 한다. 사회학자 미야마에 료헤이(宮前良平)는 『모두 다 요괴 탓? 제대로 사용하자 요괴워치 교육법』에서 이러한 문제점을 지적하

기도 한다.

요괴워치 붐 때문에 아이들이 ‘뭘든지 요괴 탓으로 돌리려는’ 현상이 문제가 되고 있다. 텔레비전의 애니메이션 〈요괴워치〉의 엔딩 테마로 방송되는 ‘요괴 체조’ 가사 가운데는 ‘늦잠 잔 이유’와 ‘미남인데 차인 이유’도 모두 요괴의 탓으로 묘사된다. 이 정도라면 귀엽게 보아줄 수 있지만, ‘방 정리를 못하는 것’도 ‘공부하는 마음이 생기지 않는 것’도 ‘엄마 말 듣고 싶지 않은 것’까지도 모두 ‘요괴 탓’으로 돌려버리는 아이도 있다고 한다. ‘요괴 탓’으로 돌리려는 아이를 부모들은 납득하지 못한다.³⁷

그러나 ‘요괴 탓’으로 돌리고 나면 마음이 안정되는 사람도 있을 것이다. ‘요괴 탓’으로 돌리는 현상은 인간은 문제의 원인을 내부에서 찾기도 하지만 원인을 외부의 탓으로 돌리려는 경향이 있기 때문이라고 생각된다. 이런 경향은 ‘문제의 외재화’(externalization)³⁸라는 개념으로 설명되고 있다.

예를 들어, 입춘 전날인 절분(節分)에 콩을 뿌리는 풍습이 있다. 일본의 가정에서도 입춘 전날인 세쓰분(節分)에 신사나 절에서 밖을 향해 콩을 뿌리며 ‘오니(鬼)는 물러가고, 복은 들어오라’고 외치며 재앙을 쫓고 복을 부르는 행사를 한다. 오늘날 이 행사는 가정의 행사로 전이되어, 집안에서 아버지가 오니 가면을 쓰고 쫓겨나가는 역할을 하고, 아이들이 콩을 뿌리며 ‘오니는 물러가고 복은 들어오라’고 외친다. 아버지는 콩을 맞으며 바깥으로 쫓겨나가는 연기를 하며, 이는 가족의 평화를 기원하는 연중행사로 여겨진다. 전통적 요괴의 대표적 존재인 오니는 아버지와 함께 퇴출당해 쫓겨나감으로써 집안은 다시 정화된다. 외부에서 들어온 오니는 가정의 평화를 파괴하는 존재이니 퇴출시키는 연기를 반복하는 것이다. 평화가 깨어지는 원인은 오니 탓이라고 여기는 민속 전통이 요괴워치에도 투영되어 있다는 점이 흥미롭다.

37 宮前良平, 「ぜんぶ妖怪のせい?正しく使おう「妖怪ウォッチ教育法」」, 『クレド』, 2014, <http://credo.asia/2014/12/26/yokai-watch-education/>(최종 검색일: 2017. 12. 23).

38 문제의 외재화 경향은 일본에만 국한되지 않는다. 예를 들면 한국에서 아기가 돌부리에 걸려 넘어지자, 어머니가 우는 아기를 달래며 돌부리가 거기 있었음을 탓하는 경우가 있다. 아기는 제 탓이 아니라고 해주는 어머니를 통해서 위로받고 안도감을 느끼는 상황을 많이 접해왔다.

즉 가족들이 불행해지는 까닭은 외부에서 온 오니 때문이라고 생각한다. 내부에서 원인을 찾아 고민하기보다는 불행의 원인은 외부의 존재 때문이라고 한다. 내부자나 내부의 문제가 아니라 외부에 문제의 원인을 둬으로써 내부 구성원은 쉽게 평온을 구축할 수 있다는 장점이 있다.

이와 같이 문제의 원인을 요괴라는 외부에 두는 방법, 즉 문제의 외재화가 요괴워치의 에피소드 전개에 기본을 이루어 요괴워치의 사회적 파급력이 큰 힘을 얻었다고 생각한다.

요괴워치가 유행한 원인의 한 가지로 모두가 요괴 탓이라 하는 편이성, 불안의 원인을 파악했다는 안도감 등 문제의 외재화를 통한 힐링의 추구를 들 수 있었다.

이처럼 요괴워치의 영향 속에서 많은 아이들이 세상의 나쁜 일은 모두 요괴 탓이라는 세계관을 가지게 된다. 인간은 옛날부터 원인이나 정체를 잘 알 수 없지만 그 어떤 존재, 즉 요괴가 있어서 나쁜 일이 일어났다고 생각하면, 납득이 되고 마음도 편해질 수 있음을 알고 있었다. 여기에 신앙이나 속신이 존재하게 되었고, 시간과 장소에 따라 각기 다른 방식으로 전개되었던 것이다. 오늘날 자기에 대한 신념이 약하거나 스트레스가 심한 아이들이 많은 문제를 요괴 탓으로 돌리지만, 그렇게 해서 심리적인 치유가 된다면, 요괴워치, 나아가 요괴를 긍정적으로 보며, 게임이나 애니메이션 혹은 만화를 즐기고 있다고 생각한다.

3) 귀여운 모습으로 창작되는 요괴

요괴는 앞의 사례와 같이 시대정신에 부응하여 새로운 캐릭터가 창작되어 사멸과 변형을 거듭하며 존속해오고 있음을 알 수 있다. 일본에서는 오늘날에도 새로운 ‘요괴 만들기’가 시도되고 있는데 여기에는 어떠한 의미가 있는 것인가.

근년 피규어 제작회사 가이요도(海洋堂)가 주최한 ‘요괴조형 피규어 전시회’나 효고현(兵庫県) 후쿠사키초(福崎町)에서 열린 ‘요괴 조형 콘테스트’

등, 문자 그대로 요괴를 조형(造形)하는 기획이 열리고 있다.³⁹

구스미 마사유키(久住昌之)는 현대인의 일상생활 속의 소소한 일 가운데 설명이 잘 되지 않는 일은 요괴 탓으로 돌린다. 양말이 줄줄 흘러내리는 것도, 길을 가다가 가게 앞에 늘어선 행렬을 보면 나도 모르게 줄에 서 있는 것도 요괴 탓이라는 등, 현대사회에 잠복해 있는 다양한 현상을 바탕으로 요괴를 『양말이 줄줄 흘러내려 말려버린 까닭』⁴⁰에서 그려냈다.

요괴위치에 등장하는 요괴는 귀여운 모습으로 조형화되는데, 이는 현대인이 편안한 기분, 나아가 애착을 가지고 소유할 수 있도록 상품적 가치도 염두에 두기 때문이다. 요괴 조형화에 이런 요구가 복합적으로 개입된 결과, 새로 나타난 현상으로 ‘귀여운 요괴’(かわいい妖怪)가 탄생되었다.

현대 일본에는 요괴에서 파생된 귀여운 캐릭터가 넘쳐나고 있다. 예를 들면 ‘자시키와라시’(座敷わらし)⁴¹가 도호쿠(東北) 지방을 대표하는 마스코트 캐릭터가 되며, ‘기지무나’(뽕나무 위에서 산다는 요괴)는 오키나와를 대표하는 캐릭터로 정해지는 등, 요괴가 각 지방의 마스코트 캐릭터가 된 사례가 많다.

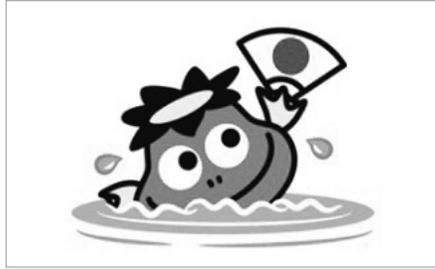
각 지역에서 전승되던 요괴를 밝고 역동적인 모습의 마스코트로 재창조하여 지역의 활성화와 발전에 활용하려는 운동은, 많은 사례를 보면 알 수 있듯 현재 전성기를 맞고 있다. 이처럼 대중문화 가운데 창작되고 즐기는 대상으로 널리 인식된 요괴가 지역사회로 환원되는 현상이 나타나고 있다. 이런 현상은 “원래 요괴를 창출했던 장소에 요괴를 되돌려준다는 자연과의 일치성 내지는 자연회귀성을 뜻하는 의미심장한 사상을 내포한다.”⁴² 즉 요괴의 기원을 확인하는 일 자체가 역사성과 문화적 정체성을 찾는 중요한 일

39 주최자가 제시한 개최 의도 내용이다. “후쿠사키 마을은 일본민속학의 대부 야나기타 구니오(柳田國男)의 고향이며, 요괴와 조형을 축으로 하여 마을을 부흥하기 위한 이벤트를 개최합니다. 우리 마을의 매력을 전국에 발신하고 조형을 통해 많은 사람을 유치하여 지역사람들과 교류하고, 풍부한 창의력을 살린 예술 문화의 향상을 도모하고자 합니다.”

40 고토 마사후미, 『くつしたかだるだるになっちゃうわけ』, 講談社, 2011.

41 집안에 살면서 그 집 사람들에게 장난도 치고, 부자가 되게도 해준다는 여자아이 모습의 요괴.

42 市川寛也, 『削られる妖怪たち』, 『進化する妖怪文化研究』, せりか書房, 2017, 305쪽.



〈그림 12〉 현대 캐릭터화 된 갓파(왼쪽)
 〈그림 13〉 갓파를 응용한 파차포(오른쪽)

이라고 인식한다는 증거라 할 수 있다.

이런 예 가운데도 특히 갓파(河童)가 인기 캐릭터로서, 다양한 모양으로 응용된다. 예를 들면 2001년 후쿠오카에서 열린 세계수영선수권대회 마스크 코트 캐릭터는 갓파를 바탕으로 한 ‘파차포’(ぱちャぽ)였다. 일본의 오랜 전통 속의 요괴가 세계적인 스포츠대회의 마스크트가 된 것이다. 이런 갓파 캐릭터는 봉제인형, 피규어 등 다양한 모양으로 상품화되었으며, 텔레비전 광고에 귀여운 갓파 캐릭터가 자주 등장한다.

갓파를 캐릭터화할 때에 머리 위에 박힌 접시나 뾰족한 부리, 거북이와 비슷한 등껍질 등을 묘사하기는 하지만 원래의 음산한 요괴 느낌을 피하기 위하여 “극히 단순하게 표현하여 기호화⁴³함으로써 귀여운 느낌이 들도록 한다.

미야자키 하야오 감독의 〈이웃집 토토로〉에 등장하는 토토로도 매우 귀여운 모습이며, 세계의 어린이들에게 인기 있는 ‘포켓몬스터’도 이름은 몬스터, 즉 괴물이지만 가지고 싶을 정도로 귀여운 모습이다.

이와 같이 현대의 캐릭터로서의 요괴는 대개 둥글둥글하고 단순화된 귀여운 요괴다. 만지면 폭신한 느낌이 드는 소재를 택하기도 하고, 균형이 맞

43 香川雅信, 『日本人の妖怪観の変遷に関する研究』, 総合研究大学院大学 博士論文, 2006, 188쪽.

지 않아 우스꽝스럽긴 하지만 보는 이에게 편안한 느낌을 주는 요괴를 지향하는 듯하다. 이런 요괴의 등장은 요괴에 대한 현대사회에서 절실히 요구되는 귀여움, 푸근함, 친근함 등의 시각적·촉각적 감성을 반영한다.

5. 결론: 현대인의 요괴에 대한 기본인식 3단계

오늘날 일본에는 요괴를 다룬 수많은 이야기, 글, 그림, 연극, 영화, 물건, 장소 등이 도처에 자리 잡고 있다. 원래는 인간의 무지나 어둠과 미지의 세계에 대한 공포 그리고 시원하게 설명할 수 없는 불가사의한 현상에 대한 경외심이 요괴를 낳았다. 과학이 발달하면서 어디에 가든지 밝은 조명이 있기 때문에 어둠의 이미지를 지닌 요괴는 사라져야 할 존재이겠지만, 오히려 오늘날도 다양한 요괴가 생산되어 현대인의 생활을 폭넓고 윤택하게 해주는 정신적 소비재로 인식되고 있는 것이 사실이다.

일본에서는 요괴에 관한 관심을 문학이나 회화, 연극 등으로 표현하고 즐기며 방대한 요괴문화유산으로 형성해왔다. 이런 유산이 잘 전승되었기 때문에 “요괴연구의 발전과 요괴 붐이 상호작용”⁴⁴을 일으키고 있다.

‘요괴’는 상상의 세계에서 창작된 것이기 때문에 사람에 따라 달리 생각하며, 의미도 애매할 수밖에 없다. 일본에서도 넓은 의미로는 신비로운 것, 괴상한 것, 요사한 것, 불가사의한 것, 음산한 것, 기분 나쁜 것 등의 형용사적 의미를 지니는 어떤 것, 즉 명사적인 존재를 가리킨다.

어려움이 많은 현실에서 잠시나마 고통을 잊고, 공상의 세계에서 요괴와 논다는 것, 즉 판타지를 즐기으로써 삶의 활력을 되찾는다는 의미가 요괴문화에 깃들여 있다고 볼 수 있다. “요괴가 없는 세계는 멋없고 시시한 것이 아닐까.”⁴⁵ 즉 힐링의 방법으로서 요괴의 활용방식이 축적되어 있다는

44 小松和彦, 「妖怪研究の新たな出発にむけて」, 『怪異・妖怪文化の伝統と創造: ウチとソトの視点から』, 国際日本文化研究センター, 2015, 14쪽.

45 小松和彦, 「アニミズムと絵解きが妖怪文化を生み出した」, 『水の文化』 53, ミツカン水の文化センター,

의미다.

일본에서 요괴를 논할 때, 대개 요괴론의 구체적인 내용은 3단계로 설명할 수 있다. 현상으로서의 요괴, 이야기 속 존재로서의 요괴, 조형화·시각화된 요괴 등이다.

현상으로서의 요괴란 설명하기 어려운 소리나 현상이나 체험 등을 공포감이나 신비감을 바탕으로 설명할 때, 반복적으로 이야기하는 과정에 특정한 이름을 붙여서 설명함으로써 하나의 실체처럼 인식을 공유하게 된다. 결과적으로 요괴나 괴이한 현상에 대한 명칭이 유통되면서, 여러 요괴는 독립적인 형상과 성격을 지니며 그림이나 이야기로 캐릭터화되는 것이다. 이 경우는 처음에는 일정한 지역의 특성을 배경으로 개성을 지닌 요괴로서 이야기되기 시작하지만, 시간이 흐르며 공감대가 확장되면 전국적으로 분포되기도 한다.

요괴는 이야기의 세계라는 추상적인 공간에 머물지 않고, 제사나 의례의 대상이었던 과거의 위용을 나타내는 퍼포먼스로 재현되기도 하고, 그림이나 연극의 등장인물로 대상화하여 묘사되기도 하고, 완구나 장식품으로 상품화되기도 한다. 이 단계에 이르면 각 요괴는 개성이 강한 변별력 있는 이름과 모습으로 정착되어 이미지가 고정된다. 오늘날 일본의 요괴는 대부분 이런 단계에 있는 것으로, 시각성이 강한 인쇄물이나 조형물로 만들어지는 경우가 많다. 일단 고정된 이미지로 정착되면, 다음 단계에는 기본적인 이미지는 유지하되 다양한 변종(variation)을 만들기 시작한다.

전통적인 오니(鬼), 덴구(天狗), 갓과, 다누키(狸) 등의 요괴는 수많은 캐릭터를 형성해오는 한편, 오늘날에도 끊임없이 요괴는 재창작되고 다양한 수단으로 증식을 계속하며, 사회적 여건과 맞물리면서 엄청난 붐을 조성한다. 현대사회의 요괴는 문화 생산의 중요한 제재(題材)로 기능하며 즐거움의 대상, 힐링의 소재가 됨은 물론 산업적 측면의 거대한 비즈니스 세계를 구축하며, 지역문화를 창출하는 관광자원, 문화 콘텐츠로 활용되기에 이른

2016, 9쪽.

다. 전근대사회의 요괴의 어두운 이미지와는 달리, 현대사회의 요괴는 밝고 귀여우며 친근감을 주는 이미지로 변개되며 문화자원으로 활용되는 한편 현대인에게 힐링 제공이라는 새로운 기능이 부여되었음을 알 수 있다.