

2

공동화된 지방사회와 젊은 여성들

— 핸드폰 소설, 『소악마 아게하』, 그리고 ‘불황문화’

김효진



- (위) '가바쿠라'(キャバクラ, 호스티스 클럽)의 광고판
- (오른쪽 페이지 위 왼쪽부터) 핸드폰 소설의 실연 장면, 핸드폰 소설로 시작해 영화로도 제작된 『연공』의 포스터, 호스티스들을 주요 독자로 삼는 잡지 『소악마 아게하』, 2009년 8월호 표지



고등학교를 졸업했지만 취직할 곳은 없으며 장래에 어떤 꿈도 가질 수 없다. 주변의 동급생과 선배, 후배의 대부분이 프리터(フリーター)¹⁾고, 사귀고 있는 남자친구도 역시 프리터라는 상황에서는 자신이 본받을 롤모델은커녕 존경할 수 있는 인물도 없다. 주위에는 논밭과 황폐한 공장, 대로변에 하나둘 서 있는 편의점밖에 없고, 티브이에 나오는 것 같은 화려한 도시의 생활에는 전혀 인연이 없는—버블 붕괴 후의 혼돈스러운 풍경 속에서 나는 그런 젊은이들을 수없이 만났다.²⁾

1. 핸드폰과 젊은 여성들 : 1990년대, 그리고 2000년대

2008년 1월 20일 『뉴욕타임스』는 “Thumbs Race as Japan’s Best Sellers Go Cellular”라는 제목의 기사에서 핸드폰 소설(ケータイ小説)³⁾이 일본의 독서계에서

*지은이 | 김효진 서울대학교 인류학과에서 학사 및 석사학위를, “From Heritage to People’s House : Kyomachiya Revitalization Movements and Kyoto’s Regional Identity”라는 제목의 논문으로 하버드대학교 인류학과에서 박사학위를 받았다. 주된 연구 분야는 오타쿠 문화를 중심으로 한 현대 일본사회의 대중문화 및 전더정치학, 세계화 속의 문화 민족주의와 한일 문화교류이며 주된 논문으로는 “엔틱기 모노노”를 통해 본 기모노의 근대화와 재생, “후조시는 말할 수 있는가?: 여자오타쿠의 발견, “귀여운” 역사는 가능한가?: 『헤타리아』를 통해 본 초국가시대의 일본오타쿠문화, 공저로 “전후 일본, 그리고 낯선 동아시아”, 역서로는 『남자는 원래 그래?』가 있다. 현재 서울대학교 일본연구소에 HK연구교수로 재직 중이다.

1) 정규직에 취직하는 대신 아르바이트만 지속하여 생활하는 사람을 가리키는 신조어.

2) 佐々木俊尚, 「ソーシャルメディアとしてのケータイ小説」(http://japan.cnet.com/blog/sasaki/2007/12/20/entry_25003250/).

3) 모바일 소설로 불리기도 하지만, 이 글에서는 일본어의 어감을 살리기 위해 핸드폰 소설이라는 용어를 사용한다.

주목을 받고 있다고 보도했다. 핸드폰 소설이 주목을 받은 것은 그러나 이 당시가 처음은 아니었다. 2002년부터 2003년에 걸쳐 요시(Yoshi)라는 신인작가에 의해 쓰여진 딥 러브(Deep Love) 시리즈가 폭발적인 인기를 얻었던 ‘제1차 핸드폰 소설붐’ 이후, 다시 2007년의 연간 베스트셀러 랭킹 1위부터 3위가 모두 핸드폰 소설로 채워졌다는 사실(‘제2차 핸드폰 소설붐’)은 일본의 문학계에 강한 충격을 주었고, 왜 핸드폰 소설이 이렇게 인기를 끌게 되었는가, 그리고 핸드폰 소설을 과연 문학이라 부를 수 있는가를 둘러싸고 치열한 논쟁이 전개되었다.

특히 이와 관련하여 가장 문제로 부각되었던 것은 핸드폰 소설의 작가 및 독자층이 젊은 여성(중고생포함)이 많은 데 비해 다루는 내용이 섹스, 폭력, 성폭행, 죽음 등 선정적인 요소가 많다는 점이었다. 심지어 어떤 평론가는 핸드폰 소설의 이런 내용을 ‘핸드폰 소설의 7대 죄’(매춘, 성폭행, 임신, 약물, 불치병, 자살, 진실된 사랑)로 명명하기도 했다.⁴⁾ 핸드폰의 가장 열성적인 이용자로 간주되는 여중생, 여고생들이 이런 소설의 주된 독자라는 점을 지적하면서 이들에게 끼치는 악영향을 비판하는 논조 또한 흔히 발견되었다.⁵⁾

흥미로운 것은, 핸드폰과 젊은 여성들의 관계가 문제시된 것은 핸드폰 소설이 처음이 아니라는 점이다. 이미 90년대, 핸드폰(이 당시는 PHS⁶⁾가 일반적이었음)이 급속도로 젊은이들에게 보급되면서, 이를 이용한 여중고생들의 원조교제가 사회적으로 문제가 된 적이 있었다. 도쿄의 시부야(澁谷)는 가루(ギャル)로 불리던 이런 소녀들이 모여드는 장소로, 이런 소녀들이 즐겨 입는 옷으로 채워진 시부야의 109(이치마루큐)백화점 앞은 특히 이들 소녀들이 즐겨 찾는 장소였다고 한다.⁷⁾

4) 本田透, 『なぜケータイ小説は賣れるのか?』, 東京: ソフトバンククリエイティブ, 2008.

5) 「핸드폰 소설에 열광하는 일본 여중고생들: 부모 몰래 이불속에서도 꼭꼭」, 『일요신문』(<http://www.ilyo.co.kr/news/articleView.html?idxno=62973>) 참조.

6) PHS는 Personal Handy-phone System의 약자로 1994~5년부터 서비스가 본격적으로 시작되었다. 한국의 PCS와 유사한 서비스임.

7) 사실 20여 년이 지난 지금에도 이는 심각한 사회문제로 간주되고 있다. 「プロフで賣春誘う書き込み少女のケータイ「援交」急増」(<http://www.j-cast.com/2008/11/10030074.html>).

원조교제도, 핸드폰 소설도 사회적으로 핸드폰과 소녀들의 관계가 문제가 되었다고 할 수 있다. 그러나 1990년대의 원조교제와 2000년대의 핸드폰 소설은 각각 다른 사회적 배경, 각각 다른 서브컬처(하위문화)와의 관계 속에서 탄생한 문화현상이라는 점은 잘 알려져 있지 않다. 핸드폰이라는 매체가 공통되며, 원조교제가 핸드폰 소설에서 잘 다루는 소재라는 점에서 이 두 가지 문화현상을 마치 하나의 뿌리에서 나온 것으로 판단하기 쉽지만, 실제로는 그렇지 않다.

이 글에서는 2000년대 이후 일본사회에 초점을 맞춰, 핸드폰 소설의 인기를 뒷받침한 것으로 알려진 교외와 지방의 젊은 여성들, 그리고 그들이 형성하고 있는 하위문화를 살펴보고자 한다. 필자의 이런 관점은 하야미즈 겐로(速水健朗)가 그의 저서 『핸드폰 소설적: ‘재양키화’ 시대의 소녀들』(ケータイ小説的: “再ヤンキ-化” 時代の少女たち)에서 시도하고 있는 분석에서 힘입은 바가 크다.

하야미즈는 핸드폰 소설을 2000년대 교외와 지방에 사는 젊은이들, 특히 여성들의 삶을 표현하고 있는 매체로서 자리매김하면서 이를 이전 시대의 하위문화와의 관계 및 현재 젊은이들의 연애와 커뮤니케이션의 양상과 연결짓고 있다. 기존의 핸드폰 소설에 대한 논의가 대부분 문학 분야에 의해 이루어진 결과, 새로운 문학 장르로서 핸드폰 소설에 대한 텍스트 분석이나 형식 분석 등은 많이 행해졌지만 실제 이 핸드폰 소설이 반영하고 있는 사회적 현실이나 이를 지지한 사회 집단 등을 다룬 연구는 아직 드문 것이 현실인 상황에서, 하야미즈의 분석은 보다 주목할 가치가 있다. 이와 같은 하야미즈의 분석에 기대어 이 글은 핸드폰 소설 자체의 텍스트 분석과 함께 핸드폰 소설이 묘사하고 있는 풍경이 현대 일본사회의 어떤 모습을 반영하고 있는가를 추적한다. 또, 핸드폰 소설을 즐겨 읽는 독자층인 교외와 지방의 젊은 여성들이 계승하고 있는 이전 세대의 하위문화 중 80년대에 발생한 양키문화(ヤンキ-文化)⁸⁾에 대해 간략하게 살펴본다.

8) 난바 코지(難波功士)에 따르면, ‘양키’(ヤンキー)는 영어의 ‘Yankee’로부터 유래한 용어로 미군들이 외출복으로 입었던 화려하고 거친 패션을 입은 청소년 집단을 의미했다. 1980년대에 처음으로 나타났으며, 현재 양키는 ‘불량’(不良: 날라리)청소년’과 동의어로 사용된다. 보다 자세한 것은 후술하겠다. 難波功士, 『族の系譜學』, 東京: 青弓社, 2007, 211~212쪽.

더 나아가 이 여성들이 향유하는 또 하나의 매체로서 2006년 창간된 이후 파격적인 스타일과 내용에도 불구하고 많은 여성독자들의 지지를 받고 있는 잡지 『소악마 아게하』(小惡魔AGEHA)에 묘사되는, 지방에서 살아가는 젊은 여성들의 어두움과 아픔을 살펴보고자 한다. 흔히 핸드폰이라는 뉴미디어(new media)와 잡지라는 올드미디어(old media)는 그를 향유하는 집단이나 그 내용 및 형식에서 본질적으로 다른 것으로 간주된다. 그러나 2000년대 이후 교외와 지방의 젊은 여성이라는 사회집단과 그들의 하위문화에 초점을 맞추어 살펴보면, 핸드폰 소설도, 『소악마 아게하』도 이들을 위해 만들어져 이들에 의해 향유되는 매체인 동시에, 이 매체들을 매개로 하여 다시 이 하위문화의 스타일이 대중화되는 과정을 거친다는 점이 드러날 것이다.

2. 일본의 인터넷 사정: PC 중심의 도심부, 핸드폰 중심의 주변부

현대 일본사회에서 핸드폰은 과연 얼마나 중요한 매체일까? 이를 이해하기 위해서는 핸드폰 자체의 보급 및 활용뿐만 아니라, 1990년대 이후 세계화 및 정보화를 이끌어 냈다고 알려진 인터넷과 핸드폰의 관계를 살펴볼 필요가 있다.

우선, 일본사회에서 인터넷 이용을 위한 미디어로서 핸드폰이 차지하는 비중이 매우 높다는 점은 매우 중요하다. 고네나가 사토시에 따르면, 이는 핸드폰의 압도적인 보급률과 함께 기기 자체가 고기능의 디지털 기기라는 점에서 기인하는데, 2006년 일본의 인터넷 이용 인구 8,400만 명 중에서 핸드폰을 통해 인터넷을 이용하는 인구는 7,000만 명 정도로 전체 이용자의 80퍼센트 이상을 차지하고 있다.⁹⁾ 일견 핸드폰을 통한 인터넷 이용이라는 말을 들었을 때 한국인이라면 최근 보급이 활발한 스마트폰을 통한 인터넷 이용을 생각하기 쉽지만, 2006년 일본에서는 아직 스마트폰이 대중화되지 않았으며, 단말기 대부분이 스마트폰 이

9) 고네나가 사토시, 「Web2.0 미디어로서의 휴대전화: 인터넷의 저연령층에의 확장과 "환경화"」, 한국언론학회, 제13회 한일언론학 심포지엄 발표문, 2007.

전의 구형 단말기였다.

한국의 경우, 1990년대 후반 피씨통신이 인터넷에 의해 대체되던 시기에 고속인터넷 통신망의 보급이 빠른 속도로 이루어진 반면, 일본의 경우 상대적으로 느렸던 고속인터넷의 보급 대신 이미 압도적으로 보급되어 있던 휴대폰을 통한 인터넷 이용이 핸드폰 회사의 기술 개발에 뒷받침되어 급속도로 증가하였다. 심지어 2002년 이후 핸드폰만으로 인터넷에 접속하는 비율이 증가하고 있는 데 비해, 2005년까지 컴퓨터를 통해서만 인터넷에 접속하는 비율은 감소 추세를 보인다.¹⁰⁾

이와 관련하여 중요한 것은 ‘i모드’(i-모드)로 대표되는, 휴대폰을 위한 인터넷 서비스의 등장(2000년 전후) 및 데이터 정액제의 시행(2004년~2005년)으로 인한 핸드폰 인터넷 시장의 급속한 확장이다. “문자나 음성통화 등 ‘일대일’ 커뮤니케이션의 도구”였던 핸드폰은 이때부터 “다대다”의 커뮤니케이션 수단으로 변하기 시작했다.”¹¹⁾

그렇다면 i모드란 무엇인가? i모드는 핸드폰 서비스 회사인 NTT도코모(NTT docomo)가 제공하는, 전용 휴대전화를 사용하여 이메일의 송수신과 인터넷상을 포함한 웹페이지 열람 등을 할 수 있는 서비스를 말하는데¹²⁾ 일본만의 독자적인 시스템이기도 하다. 가장 큰 특징으로는, 핸드폰의 작은 화면에 대응할 수 있도록 HTML을 개량한 독자적 개발언어 cHTML의 도입 및 핸드폰 서비스 회사에 의한 공식 서비스—일반 인터넷에 공식 서비스는 존재할 수 없다—라는 점에 기반한 과금제형 서비스의 발달, 그리고 과거에 비해서는 쉬워졌다고 하지만 여전히

〈그림〉 2009년 i-mode 10주년을 기념해 만들어진 i-mode 10th Anniversary 사이트의 입구



<http://plus.itmedia.co.jp/mobile/articles/0902/12/news116.html>

10) 고네나가, 『Web2.0 미디어로서의 휴대전화: 인터넷의 저연령층에의 확장과 “환경화”』.

11) 사사키 도시나오, 『전자책의 충격』, 한석주 옮김, 커뮤니케이션북스, 2010, 132쪽.

12) 일본어 위키피디아 ‘i-mode’ 항목에서 인용(<http://ja.wikipedia.org/wiki/i-mode>).

외부로부터의 접속이 어렵다는 점 등을 들 수 있다. NTT도코모는 i모드에 대해 “핸드폰으로 인터넷을 즐길 수 있습니다. (오리지널) 메뉴 사이트와 i모드 대응 홈페이지를 열람하거나, 메일을 하거나, 뉴스 등의 정보를 얻거나, 음악과 게임 등의 콘텐츠를 다운로드할 수 있습니다”¹³⁾라고 설명하고 있는데, 대중들이 인터넷을 하는 목적의 대부분이 i모드로도 충분히 충족이 된다는 사실을 알 수 있다.

사노 마사히로(佐野正弘)는 1999년 서비스 개시 이후 2001~2002년 일어난 공전의 i모드붐 이후, PC 세대와 핸드폰 세대가 갈라졌다고 본다. 그에 따르면, 이 붐 이후에 브로드밴드의 보급, 웹서비스의 대두 등에 힘입어 PC 세대는 정보 발신에 적극적으로 나서면서 2005년의 전자남북, 위키피디아의 충실화 등으로 이어지게 되는 한편, 핸드폰 세대는 ‘마법의 i란도’(魔法のiランド)를 대표로 하는 쉬운 홈페이지 작성서비스가 초기부터 제공되어 있었고 이를 이용한 자기 어필과 커뮤니케이션이 활발하게 이루어지게 되었다는 것이다.¹⁴⁾

특히 핸드폰을 통한 인터넷 이용이 중요한 의미를 차지하게 된 것은 젊은 세대, 더 나아가 브로드밴드의 보급이 활발했던 도심부가 아니라 지방의 젊은이였다는 점은 매우 중요하다. 이와 관련해 도이 다카요시(土井隆義)는 “핸드폰은 더 이상 전화기가 아니다”라고 단언하면서, 10대 후반을 피크로 해서 젊은 세대일수록 일반적인 경향으로서 핸드폰과 밀접한 생활을 보내고 있고, 주된 이용 형태는 주로 메일(한국의 문자 메시지)이라고 분석한다.¹⁵⁾ 특히 인터넷 사용과 관련해서는, 총무성의 조사에 따르면 13세에서 19세의 64퍼센트가 매일 이용하는 인터넷 기기로서 핸드폰을 들고 있다는 점이 한국과의 차이를 포함해서 주목할 만하다. 이와 같이 특징적인 젊은 세대의 커뮤니케이션에 있어 핸드폰이 차지하는 비중 및 그로 인한 변화는 도심부와 지방이라는 구분과는 별도로 독자적인 고찰을 필요로 한다. 그러나 인터넷 이용이 기술환경의 뒷받침이 없이는 불가능하다는 사

13) <http://www.nttdocomo.co.jp/service/imode/index.html>

14) 佐野正弘, 『大人が知らない携帯サイトの世界:PCとは全く違うもう一つのネット文化』, 東京:毎日コミュニケーションズ, 2007, 162~163쪽

15) 土井隆義, 『友だち地獄:“空気を読む”世代のサバイバル』, 東京:筑摩書房, 2008, 140~141쪽.

실 및 일본사회에 있어 중심-주변부의 격차 문제가 실제 존재한다는 사실을 고려한다면, 인터넷 인프라에 있어 이런 차이는 결코 무시할 수 있는 문제가 아니다.

이렇게 지방에서 개인용 컴퓨터 보급 및 인터넷환경의 충실도가 낮다는 점은 전국에서 거의 동일한 서비스 이용이 가능한 핸드폰을 통한 인터넷 이용이 많다는 점과 연결된다. 사노는 실제 통계를 이용하여 핸드폰 사이트인 ‘마법의 i란도’의 이용자를 지역별로 보았을 때, 일반적인 PC 인터넷 사이트인 ‘믹시’(ミクシィ)에 비해 지방의 이용자 비율이 높다는 점을 증명하고 있다. 특히 핸드폰의 이용자는 10대부터 20대의 젊은이들이 많은데, 이런 젊은이들은 자신들이 거주하는 지방에 대한 정보를 원하고 있으며 핸드폰의 홈페이지 작성 서비스를 이용해서 적극적으로 정보를 발신하고 커뮤니케이션을 시도한다.¹⁶⁾

핸드폰을 통한 인터넷 이용이 이렇게 중요한 역할을 하고 있음에도 불구하고, 이에 대한 일본 내부의 시각은 결코 호의적이지만은 않다. 이와 관련되어 중요한 키워드가 바로 ‘모바일 디바이드’(mobile divide)로, 핸드폰을 통한 인터넷 이용이 극도로 집중된 결과 초래되는 정보환경의 한정성 및 커뮤니케이션 능력의 저하를 가리킨다.¹⁷⁾ 앞에서 살펴본 바와 같이, 핸드폰을 통한 인터넷 이용이 도심부보다 지방에서 더 활발하다는 점과 관련되어 몇몇 학자들은 학력에 따른 인터넷 이용에서 대졸 이상의 70퍼센트 이상이 PC를 통해 인터넷을 이용하는 데 반해, 중졸 이상의 57퍼센트가 핸드폰을 통해 인터넷을 이용한다는 점 등을 들어 인터넷 이용에 있어서도 일본의 ‘하류사회화’가 진전되고 있다고 우려하고 있다.

그러나 이런 지방 젊은이들의 핸드폰을 통한 인터넷 이용에 대해 긍정적인 시각도 다수 존재한다. 특히 이와 관련하여 사사키는 지방의 젊은이들이 핸드폰을 통해 인터넷의 세계에 몰입하게 된 결과, 활자세계에 흘러들어 오게 되었다고 긍정적으로 평가하고 있다.¹⁸⁾ 그의 표현을 빌리자면 “양키문화와 활자문화의 충돌”로 묘사되는 이런 변화는 과연 왜 일어났는가? 이때 양키문화, 다시 말해 지방

16) 佐野正弘, 『大人が知らない携帯サイトの世界:PCとは全く違うもう一つのネット文化』, 80쪽.

17) 고네나가, 『Web2.0 미디어로서의 휴대전화: 인터넷의 저연령층에의 확장과 “환경화”』, 80쪽.

18) 사사키, 『전자책의 충격』, 132쪽.

젊은이들의 문화는 과연 무엇인가? 다음 절에서는 핸드폰에서 묘사되는 관계성과 풍경을 통해 현재 일본사회에서 진행되고 있는 지방사회의 공동화 및 지방 젊은이들의 어려움을 분석하고자 한다.

3. 핸드폰 소설이 묘사하는 풍경

1) 핸드폰으로 매개되는 관계성 : 소설 『연공』(恋空)의 사례를 중심으로

사노에 따르면, 핸드폰 소설의 주요한 특징은 다음과 같이 정리될 수 있다. 내용적으로는 연애편이 압도적 다수를 차지하고, 실제 체험을 근거로 한 경우가 많으며, 충격적 전개 및 성 묘사가 많다는 것을 들 수 있고, 형식적으로는 정경 묘사가 적으며 한 문장이 극히 짧고 항상 주인공의 주관적 시점으로 이야기가 진행되며, 가로쓰기¹⁹⁾라는 점을 들 수 있다.²⁰⁾ 수많은 핸드폰 소설 중에서도 인기가 있을 뿐만 아니라 플롯이나 주인공 등이 전형적인 『연공』²¹⁾을 사례로 이를 살펴보자.

『연공』의 전체적인 줄거리를 요약하면 다음과 같다. 여주인공 미카는 고등학교에 들어가면서 핸드폰을 통해 남주인공 히로를 만나 사귀게 된다. 그러나 남주인공의 전 여자친구인 사키의 보복으로 성폭행을 당하게 되었으나 그를 극복하고 명실상부한 연인이 되었는데, 이 과정에서 미카는 히로의 아기를 임신하게 된다. 이 사실을 안 사키의 폭행으로 인해 미카는 유산을 하게 되었고 그 과정에서 오해가 발생하여 히로와는 헤어지게 된다. 그후 시간이 흘러 미카는 유라는 새로운 남자친구를 사귀면서 히로와 헤어진 상처를 극복하기 위해 노력하고, 이 과정에서 유가 다니는 대학에 진학한 미카는 유로부터 직접 히로가 자신과 헤어진 이유가 불치의 병인 암에 걸렸기 때문이라는 사실을 전해 듣게 된다. 고민하던 미카는 결국 유와 헤어지고 병상의 히로에게 돌아가 히로를 간호하면서 시간을 보낸다.

19) 일본의 서적은 세로쓰기가 일반적이다. 그러나 인터넷의 보급은 가로쓰기가 확산되는 효과를 가져왔는데, 핸드폰 소설의 경우는 서적으로 출판되는 경우도 원문을 존중하여 가로쓰기를 택하고 있다.

20) 佐野正弘, 『大人が知らない携帯サイトの世界:PCとは全く違うもう一つのネット文化』, 88-92쪽 참조.

21) 미카, 『연공』, 이주이 옮김, 조형북스, 2009.

다. 그러나 미카의 간호와 히로의 살고자 하는 의지도 소용 없이, 히로는 곧 죽음을 맞이하고, 히로의 아이를 임신한 미카는 히로가 그동안 써 왔던 일기장을 받아 읽으면서 처음 만났을 때부터 변함없었던 히로의 사랑을 깨닫게 된다는 결말로 이 이야기는 끝을 맺는다.

이와 같은 줄거리를 짧게 끊어지는 문장으로 서술하고 있는 이 핸드폰 소설에 대해, 기존의 문단이나 대중적인 반응은 대체적으로 부정적이다. 우선 기존의 문단에서는 핸드폰 소설이 내용적으로 황당무계하고 진부한 내용으로 구성되어 있으며, 작가와 화자를 구분하지 않고 마치 작자가 실제로 경험한 사실처럼 서술하는 것이 근대문학이 중시하는 성찰의 기회와는 거리가 먼, “마음대로 행동하는 주인공들의 방종을 그럴듯한 명분으로 포장함으로써 대리 만족의 극대화를 꾀”하는 것이라고 비판한다.²²⁾ 또 일본 인터넷에서는 핸드폰 소설의 작가와 화자의 일치 및 작가 개인의 경험을 기술하는 형식을 문제 삼아, 핸드폰 소설에 묘사되는 사건들과 배경을 현실에서 찾아내어 그것이 실제로는 불가능하거나²³⁾ 시간 순서가 틀렸다는 점을 문제 삼아 저자의 실체함을 기반으로 했다고 주장하는 핸드폰 소설이 사실은 ‘리얼’하지 않다고 비판하는 논지를 쉽게 찾아볼 수 있다.

한편, 이에 대해 핸드폰 소설을 새로운 문학 장르로 규정하면서 이를 분석하는 입장이 있다. 예를 들어 강현구는 새로운 문학 장르로서 핸드폰 소설을 고찰하면서 핸드폰이라는 매체가 갖는 특성에 보다 주목하여, 핸드폰 화면을 통해 마치 누군가가 메일로 자신의 경험을 고백하는 것을 읽는 것 같은 은밀하고 사적인 정서가 핸드폰 소설에 있어 중심적이며, 그로 인해 ‘가장 울림이 큰 문학’²⁴⁾이라고 분석한다. 이로 인해 핸드폰 소설은 저자와 작품이 엄연히 분리되어 있던 근대 이후의 문학과는 달리 자전적 작품이 대부분이며, 또 바로 그런 실체함에 근거하고 있다는 사실이 오히려 강점이 되는 문학인 것이다. 그리고 바로 이런 고백의 효과

22) 이정준, 「휴대폰 소설—새 매체 속의 새로운 문학 장르」, 『독일문학』 116집, 198쪽.

23) 대표적인 사례가 항암제 투여 중인 히로의 아기를 미카가 임신했다는 부분이다. 항암제 투여 중에는 생식능력이 저하되어 실제로는 임신이 불가능하다.

24) 강현구, 「뉴미디어 시대의 핸드폰 소설—일본 핸드폰 소설의 서사적 특성을 중심으로」, 『대중서사연구』 제20호, 2008, 80쪽.

를 높이기 위해 내용은 보다 충격적일 것이 기대된다. 즉, 황당무계한 내용은 핸드폰 소설에 있어 필수불가결한 조건이라고 할 수 있다는 것이다.

핸드폰 소설의 내용과 형식에 대한 이와 같은 비평들이 기본적으로는 문학 비평에 기반하고 있는 데 반해, 핸드폰을 통한 커뮤니케이션이라는 측면에 초점을 맞추는 연구들은 핸드폰 소설을 핸드폰이 매개하는 현대 일본 젊은이들의 관계성을 살펴볼 수 있는 텍스트로 간주하고 접근하고 있다. 핸드폰 소설을 다른 소설들과 같이 취급한다면 그 플롯의 진부함이나 문체의 치졸함이 우선 눈에 띄기 쉽지만, 핸드폰이라는 매체에 특화된 장르로서 의미가 있으며, 현대 일본의 젊은이들에게 있어 핸드폰을 통한 지속적 접속(고가네이의 용어를 빌리자면 핸드폰의 ‘환경화’)의 중요성을 고려한다면 핸드폰 소설을 “핸드폰에 관련된 ‘조작로그’(操作ログ)적 기술이 집적된 텍스트”²⁵⁾로서 분석할 수 있는 새로운 가능성이 열린다.

그렇다면 핸드폰이라는 정보환경이 가져온 지속적인 접속과 관계성은 『연공』에서 어떻게 묘사되고 있을까? 우선 남주인공인 히로와의 만남을 비롯해 대부분의 등장인물들이 만나고 관계를 유지하는 것은 바로 핸드폰을 통해서이고, 핸드폰의 기기나 번호변경은 그 이전의 관계를 정리하는 데 있어 가장 효과적인 수단으로 묘사된다는 점을 들 수 있다. 이와 관련되어, 하마노 사토시는 『연공』에서는 등장인물들의 행동과 심리의 변화를 가져오는 데 핸드폰(PHS)이 너무나 중요하고 결정적인 역할을 하고 있다는 점을 주목해야 한다고 본다.²⁶⁾ 핸드폰 소설의 ‘리얼리즘’에 대해서 내용적 측면에서는 일견 황당무계할 수도 있지만, 핸드폰이라는 정보환경의 측면에서 본다면 이들의 행동은 장면 장면 매우 정합적이라는 것이다. 특히 핸드폰의 기종변경, 번호디스플레이 기능에 의한 통화 여부 선택 등은 단순한 그때의 기분에 의한 것이 아니라, 그를 통해 상대방과 지속적으로 관계를 유지할지 아닐지를 등장인물들은 엄밀하게 계산·선택하고 있다는 것이다.

이를 잘 보여 주는 사례로 하마노가 분석하는 것은 여주인공인 미카와 남주

25) 濱野智史, 『アーキテクチャの生態系：情報環境はいかに設計されてきたか』, 東京：NTT出版, 2008, 288쪽.

26) 濱野智史, 『アーキテクチャの生態系：情報環境はいかに設計されてきたか』, 269쪽.

인공인 히로가 서로 알게 되어 서로 만나기 전까지 과정에서 등장하는 PHS에 대한 자세한 묘사이다. 소설의 도입부에서 미카에게 PHS 번호를 알려 달라고 접근하는 것은 남주인공인 히로가 아니라 그의 친구인 노조무이다. 자신의 친구인 아야가 스스로없이 노조무에게 핸드폰 번호를 알려 주는 광경을 보고 미카는 믿을 수 없는 광경이라고 생각하면서 아야에게 차갑게 “왜 저런 가벼워 보이는 애한테 전화번호를 알려 줬니? 나중에 안 좋아”라고 경고한다. 그러나 이를 계기로 노조무는 아야를 통해 미카의 PHS 번호를 알아내 계속 연락을 취하는데, 그 과정에서 미카는 노조무를 처음에 생각했던 대로 ‘가벼운 애’라고 확신하게 된다. 이때 그 확신의 계기는 다음과 같이 묘사된다.

이후로 거의 매일 노조무에게서 전화나 메일이 왔다.

당시 내가 다니던 학교에서는 아직 핸드폰을 가진 사람이 많지 않았고 대부분이 PHS를 사용했다. PHS에는 P메일과 P메일DX라는 기능이 있다.

P메일은 문자를 15자 정도 보낼 수 있는 기능이고 P메일DX는 지금의 핸드폰과 같이 긴 메일을 보낼 수 있는 기능이다. 중요한 내용이 아니면 P메일DX는 사용하지 않고 대부분 P메일을 사용했다.

노조무가 보내는 메일은 매번이라고 해도 될 정도로 똑같은 내용이다.

- 잘 있어?

- 지금 뭐해?

뻔한 이 두 통의 메일.

처음에는 짧게라도 답장을 했지만 점점 귀찮아져서 전화도 안 받고 메일 답장도 안하게 되었다. 노조무는 옆반이기 때문에 복도에서 딱 마주치는 일도 있었지만 피했다.²⁷⁾

27) 『연공』 상, 18쪽에서 발췌(강조는 인용자). 이 부분에 대한 필자의 시각은 하마노(濱野智史, 「アーキテクチャの生態系: 情報環境はいかに設計されてきたか」)가 시도한 핸드폰 소설 분석에 힘입은 바 크다.

본문에서도 서술되지만, 미카가 노조무에 대해 좋지 않은 인상을 갖게 된 것은 학교 안의 나쁜 소문도 있지만 무엇보다 ① 처음 만난 자신에게 PHS 번호를 쉽게 묻고 알려 달라고 조른 일과 ② 이후 PHS로 메일을 보내지만 언제나 ‘뻔한 두 통의 메일’만을 보냈기 때문이다. 전자의 경우는 과거 고정된 장소에 놓여져 있으며 누가 언제 전화를 걸지, 혹은 응대할지 예측할 수 없었던 고정 전화에 비해,²⁸⁾ 확장된 신체의 일부처럼 개개인이 항상 소지하는 핸드폰의 특성을 고려했을 때, 노조무는 상대방인 미카가 원하지 않는 관계의 확장을 핸드폰 번호를 취득함으로써 강제적으로 시도한 것이 되며, 후자의 경우 문자 수 및 ‘중요한 내용이 아니면 …… 대부분 P메일을 사용했다’라는 서술을 봤을 때, 노조무는 언제나 P 메일만을 미카에게 보냈고, 그 사실이 미카에게는 노조무의 나쁜 인상을 결정적으로 한 계기가 된 것으로 추측할 수 있다. 즉, 노조무와 미카의 관계는 노조무가 처음 미카의 핸드폰 번호를 친구를 통해 취득하여 P메일만 반복적으로 보내는 순간 이미 그 이상의 관계로 발전될 가능성을 잃은 상태로 묘사된다.

그러나 노조무의 입장에서 볼 때 미카와 가까워지기 위한 그의 행동은 지극히 합리적인 것인데, 왜냐하면 핸드폰으로 매개되는 인간관계가 이미 지배적인 젊은 세대에게 있어 그 수단이 어떠한 간에 핸드폰 번호를 취득하는 것은 관계의 시작을 의미하며, 15자 이내의 메시지만을 보낼 수 있는 P메일이 일반적인 상황은 메일의 내용보다는 메일의 발신과 답신을 통해 상호 연결되고 접촉하고 있다는 감각을 더 중요한 것으로 만드는 효과를 지니기 때문이다. 더 나아가 이런 감각이 일상적인 것이 되면 될수록, 서로 연결되어 있지 않은 상태에 대한 불안감도 더 증폭된다. 실제로 핸드폰 메일을 주고 받는 과정에서 언제 끝을 내야 할지 몰라 계속 메일을 보내게 되는 일이 자주 있다는 청소년들은 남자와 여자 각각 60퍼센트와 70퍼센트에 달하는 것으로 보고되고 있다.²⁹⁾ 이런 상황에서, 노조무의

28) 이를 마쓰다 미사는 ‘고정전화의 폭력성’으로 이름붙이면서, 걸려온 전화의 번호를 확인하고 받을지 말지를 선택하거나 최소한 마음의 준비를 할 수 있는 핸드폰은 이런 폭력성이 완화되어 있다고 분석한다. 松田美佐, 「若者の友人関係と携帯電話利用一関係希薄化論から選擇的關係論へ」, 『社會情報學研究』4호, 2000.

29) 矢嶋正見 등의 『청소년의 의식·행동과 핸드폰에 관한 조사연구보고서』(『青少年の意識・行動と携帯電話に関する調査研究報告書, 警察廳生活安全局少年課 2004) 내용을 土井義隆, 『友だち地獄』, 146~147쪽에서 재인용.

지속되는 메일과 전화는 자신이 미카와 ‘연결되어 있다’는 감각을 확인하기 위한 행동으로 해석할 수 있을 것이다.

핸드폰 자체가 새로운 인간관계의 계기가 되는 경우도 있다. 다음 사례를 살펴보자.

지정된 좌석에 앉전히 앉아 있는데 옆좌석에서 짙은 향수 냄새가 났다. 옆에는 엄청난 가루(ギャル)가 앉아 있다. 머리는 금발이라기보다 은발에 커다란 핑크색 꽃을 달고 있다. 얼굴은 선풍을 해서 까무잡잡하고 눈 주변은 완전 검은색. 입술은 하얗게 발랐고 반짝거리는 손톱 장식이 빛을 내고 있다.

“아! 그거 나랑 같은 기종이다~!”

옆에 앉아 있던 엄청난 가루가 그 이미지에 어울리는 특이한 말투로 긴 손톱을 뻗어 나의 휴대폰을 가리키며 말했다.

“우리 같은 기종을 가진 기념으로 친구하지 않을까~?”

혼자 흥분하는 그녀를 보며 어쩔 수 없이 미소를 지었다.

“이름은~? 난 우타~ 특이한 이름이지? 한문으로는 시의 시를 쓰고 우타라고 해. 그쪽은?”

어쩐지 나쁜 애가 아니라는 느낌이 든다. 나와 비슷한 듯한 뭔가 통할 것 같은 그런 느낌이 들었다.

“예쁜 이름이구나. 난 미카. 앞으로 잘 지내자.”

우타는 하얀 이를 드러내며 빙긋 웃었다.

“OK 미카! 오늘부터 우린 친구다~. 전화번호 알려줘!!”³⁰⁾

대학의 입학식에서 외모에서 드러나는 큰 차이에도 불구하고 두 사람이 서로 이야기를 하게 된 직접적인 계기는 ‘핸드폰이 같은 기종’이었기 때문이다. 각각의 핸드폰 서비스 회사마다 특정한 기종을 출시하고, 한 달에도 몇 종씩 새로운

30) 『연공』 하, 107~108쪽

기종이 나오며 그만큼 예전 기종이 빠른 속도로 사라지는 일본의 핸드폰 시장에서 같은 기종의 핸드폰을 소유하고 있다는 것은 그만큼의 공통성을 보여 주는 것이기도 하다. 특히 젊은 세대에서 최신 기종으로 핸드폰을 바꾸는 것은 유행에 민감한 자기 자신을 연출하기 위한 과시적 소비로서 일본뿐만이 아니라 세계적으로 관찰되는 현상이기도 하다. 이는 여성들의 경우에는 핸드폰을 화려하게 장식하거나 액세서리를 붙임으로써 핸드폰을 단순히 기기가 아닌 그 이상의 것으로 만들고자 하는 경향과도 연결되는데, 처음에는 우타의 특이한 외모에 거리감을 느꼈던 미카가 금방 공통점을 인식하게 되는 데 같은 기종의 핸드폰이 결정적인 역할을 한 것은 명확하다.

핸드폰을 통한 커뮤니케이션의 양상이 잘 드러난 또 다른 사례를 살펴보자. 미카와 남주인공인 히로가 서로 핸드폰을 통해 대화를 하게 되면서 미카는 히로에게 점점 더 호감을 가지게 된다. 그 와중에 히로는 미카에게 사귀자고 제안하게 되는데, 여자친구가 있냐는 미카의 질문에 히로는 헤어진다고만 대답하고 지나친다. 히로에게 점점 더 마음이 끌리게 된 미카가 히로의 진심을 확인하기 위해 선택한 행동은, 바로 핸드폰 메일을 통해 히로의 진심을 묻는 것이었다.

이런 마음을 깨닫고 나는 어떻게 하면 좋을지 아야와 유카에게 상담을 했다.

두 사람이 내린 결론은,

‘히로가 여자친구와 헤어질 마음이 정말로 있는지 물어보고 만약 헤어질 마음이 없다면 포기한다.’

두 사람의 격려를 받고 용기를 내서 히로에게 메일을 보냈다.

- 여친과 헤어질 마음 있어?

- 없으면 이제 안 만날 거야

삐삐삐

메일을 보낸 지 1분도 안 지났다. 히로의 답장은 항상 무척 빨랐고 짧았다.

- 이미 끝났어

“미카 잘 됐다. 찬스!”

메일을 보고 통통 튀며 마치 자기 자신의 일인 양 기뻐해 주는 아야.

“정말 잘 됐다.”

유카도 활짝 웃으며 손가락으로 V를 만들었다.³¹⁾

사귀고 있는 상대방의 진심을 확인하기 위해 주인공이 ‘용기를 내서’ 택한 행동이 직접 만나는 것도 아니고, 직접 통화를 하는 것도 아닌, 메일을 보내는 것이라는 점은 많은 것을 시사한다. 물론 이 메일을 받고서 미카는 완전히 히로의 진심을 믿게 되는 것은 아니며, 여전히 불안을 안고 있다. 그러나 상대방에게 직접 묻는 방식 대신 메일이라는 간접적인 매체를 통해서만 진심을 표현할 수 있고, 반대로 자신에게 온 메일을 인간관계의 유지 혹은 단절의 결정적인 계기로 삼는다는 점은 이전 세대에서는 쉽게 찾아볼 수 없는 태도이며, 이에 대해 직접적인 접촉을 회피하는 표피적인 인간관계라는 비판을 하는 사람들도 있다.

그러나 이것은 핸드폰이라는 매체의 특성을 이해하지 못하는 기성세대의 감각이다. 오히려 핸드폰이야말로 기존의 매체와는 달리 ‘극한의 직접성’을 지니고 있다.³²⁾ 미카가 굳이 핸드폰 메일로 히로에게 물어본 이유는 그것이 오히려 장소와 시간에 구애받지 않고 상대방에게 가장 직접적으로 도달할 수 있고 가장 은밀한 수단이기 때문이고³³⁾ 그러면서도 직접적인 갈등이나 거절을 회피할 수 있는 부드러운 커뮤니케이션의 수단이기 때문이다. 핸드폰 이전의 개인 커뮤니케이션 미디어로서 한때 인기를 끌었던 포켓벨(ポケットベル, 한국에서는 무선호출기)에 대해 와카바야시 미키오(若林幹夫)가 평한 다음의 내용은 핸드폰의 시대인 지금에 더욱더 많은 것을 시사한다.

31) 『연공』 상, 28~29쪽.

32) 大澤眞幸, 「メディアの再身体化と公的な知の不在」, 『環』 20, 2005. 土井義隆, 『友だち地獄』에서 재인용.

33) 이는 앞에서 다룬 강현구의 논문에서, 핸드폰 소설이 핸드폰이라는 매체가 갖는 특성으로 인해, 누군가가 메일로 자신의 경험을 고백하는 것을 읽는 것 같은 은밀하고 사적인 정서가 핸드폰 소설에 있어 중심적이라고 지적하는 것과 상통한다.

서로 얼굴을 마주하고 모습을 드러내는 것이 때때로 커뮤니케이션에 여러 마음의 준비와 긴장을 낳는 것을 생각하면 신체적으로는 결코 만날 일 없이 함께 있는 관계를 가능하게 하는 전기적 미디어는 어떤 의미에서는 이상적인 커뮤니케이션 미디어이다. 전화와 포켓벨을 통해 나타나는 타자는 결코 모습을 드러내지도, 시선을 던지는 일도 없지만 물리적인 신체를 가진 타인보다도 훨씬 가까이에서 말을 걸어 온다. 실제로 전화와 포켓벨만큼 신체에 밀착한 위치에서 친밀하게 말을 걸어 오는 타자는 미디어 외부의 세계에서는 거의 존재하지 않는다.³⁴⁾

그리고 이는 단순히 핸드폰 메일이 가장 직접적이고 사적인 매체라는 사실에서만 확인되는 것은 아니다. 내용뿐만이 아니라, “히로의 답장은 항상 무척 짧았고 짧았다”라는 짧은 언술은 이 두 사람의 관계를 생각하는 데 있어 매우 중요한데, 일본의 경우 핸드폰 메일을 주고 받는 사람들 사이의 관계는 핸드폰 메일의 내용뿐만이 아니라 상대방이 그 메일에 얼마나 빨리 답하는가를 통해 측정될 수 있기 때문이다. ‘즉답’(即レス)으로 불리는 이 관행은 일본의 핸드폰 커뮤니케이션에서 기본적인 매너로 기대되는 것으로, 메일에 답하는 시간이 짧으면 짧을수록 두 사람의 거리는 가까운 것으로 해석된다.³⁵⁾ 그러므로 이 장면에서 히로의 메일 내용이 동일하다 하더라도, 메일의 답이 언제 왔는가에 따라서 그 메일 내용의 신뢰성이 좌지우지된다고 할 수 있다. 미카의 메일에 1분도 지나지 않아서 바로 온 히로의 답장은, 히로가 미카를 그만큼 자신에게 중요한 존재로 인식하고 있음을 그 무엇보다 확실하게 보여 주고 있는 것이다.

이렇게 핸드폰은 작가·작품·독자를 매개하는 새로운 매체로서 기능할 뿐만 아니라, 등장인물들의 관계를 만들고 규정 지으며 더 나아가 확인하는 미디어로서 소설 전개에 핵심적인 역할을 하고 있다. 그렇다면, 이렇게 핸드폰을 통해 매

34) 若林幹夫, 「ポケットの中の‘他者’」, 『毎日新聞』朝刊, 1997. 3. 9.

35) 이와 관련해서 어떤 중학생의 고백은 많은 것을 시사한다. “결국 뭘 이야기하느냐가 아니라 얼마나 빨리 답(レス)이 오느냐 아니냐가 문제예요. 상대도 그럴 거라고 생각하고, 서로, 상대방이 자기를 얼마나 신경을 쓰고 있는가 언제까지나 살피고 있는 것 뿐이지. 그것도 피곤하지만 그만두면 불안해요.” 香山リカ・森健, 『ネット王子とケータイ姫』, 東京: 中央公論新社, 2004로부터 재인용.

개되는 관계가 단절되는 경우는 어떻게 묘사되고 있는가? 『연공』의 본문에서 주인공 미카는 히로와 사귀기 시작한 초반, 여러 가지 오해와 히로의 전 여자친구의 질투로 인해 히로와 만남과 헤어짐을 반복한다. 그러나 헤어지지 않았던 두 사람이 히로의 일방적인 이별선언으로 인해 결정적인 파국을 맞이해도, 미카는 PHS를 통해 히로와 메일을 주고받으며 관계를 유지하고자 한다. 그 과정에서 히로의 새 여자친구와 미카는 싸움을 하게 되고, 미카는 히로와의 관계가 끝났다고 생각하게 된다.

히로와 헤어지고 히로에게 여자가 생겼는데도 마음 어디에선가는 히로가 돌아올지 모른다는 기대감을 가지고 있었다. 행복했던 시간들은 거짓이 아니었다고 그렇게 믿고 있었다.

그런데 이제 아니다.

이젠 정말로, 정말로 우리는 끝났다고 생각했다. 이날을 계기로 나는 변하기 시작했다.

PHS의 시대가 끝나고 휴대폰이 유행했기 때문에 나는 쓰던 PHS를 해약하고 휴대폰으로 바꿨다. 새로운 주소록에 히로의 전화번호를 등록했지만 곧 마음을 바꿔 지워 버렸다. 등록해 두면 분명 연락할 것 같아서.³⁶⁾

히로의 이별선언, 그리고 새 여자친구와 미카의 싸움은 미카가 히로에 대한 믿음을 버리게 하는 데 결정적인 역할을 했다. 그러나 여전히 관계에 대한 미련을 버리지 못한 채 히로와 핸드폰 메일을 통해 연락을 주고 받던 미카가 히로와의 관계를 완전히 포기하면서 ‘변하기 시작’한 것을 단적으로 보여 주는 첫 행동이 PHS를 해약하고 핸드폰으로 바꾸는 과정에서 히로의 전화번호를 주소록에서 지워 버린 것이라는 사실은 시사적이다. PHS와 핸드폰은 번호가 달라지게 되므로 미

36) 『연공』 상, 208쪽.

카가 히로에게 연락을 취하지 않는 한, 히로는 미카의 바뀐 전화번호를 알 수 없으므로 연락이 올 가능성은 없어지게 된다. 술에 취해 미카의 핸드폰에 전화를 걸어 온 노조무를 통해 서로 처음으로 접촉한 이래, 강간, 유산, 자살 시도, 폭행, 이치메 등의 사건을 겪어 온 미카와 히로의 관계는 처음 시작과 같이 핸드폰을 통해 종결되는 것이다.

흥미로운 것은 문제해결의 수단으로 PHS/핸드폰 기종변경³⁷⁾이 흔히 등장한다는 사실이다. 예를 들면 미카는 히로와 사귀기 시작한 초반 리스트컷(wrist cut)으로 자살을 시도하는데, 이것은 강간의 기억과 함께 히로의 전 여자친구인 사키가 핸드폰 메일을 통해 계속 괴롭혔기 때문이었다. 결국 미카는 자살을 시도했지만 친구에게 발견되어 자살 시도는 실패하고, “유일하게 마음을 나누는 이성친구”였던 다쓰야의 제안으로 미카는 PHS를 바꾸게 된다.

그 후로 다쓰야와 급속히 친하게 되었고 다쓰야의 제안으로 PHS를 새로운 기종으로 바꾸기로 했다. PHS의 번호를 바꾼 덕에 사키의 괴롭힘이 없어졌고 다쓰야는 쉬는 시간마다 마치 히로에게 보여 주기라도 하듯 기운 없는 나를 즐겁게 해주고 격려해 주었다.³⁸⁾

이 부분만을 떼어 놓고 보면, 다쓰야의 제안으로 PHS를 바꿀 때까지 괴롭힘을 당하고 있을 뿐 스스로 PHS를 바꾸지 못하는 미카의 행동이 우유부단하고 어리석은 것으로 보인다. 그러나 위에서 살펴본 바, 관계의 시작도 종말도 PHS를 매개로 하고 있으며, 주소록에서 핸드폰 번호를 지우는 것이 관계의 종말을 알리는 가장 중요한 계기가 된다는 점, 그리고 그로 인해 친구들의 PHS에 새로운 자신의 번호를 알리고 그들이 자신의 번호를 등록하는 과정에서 자신이 누락될 수도 있고, 또는 미처 연락하지 못한 사람들과 관계가 끊길 수 있다는 두려움, 즉 핸드폰

37) 현재와는 달리 과거 일본에서는 핸드폰 서비스회사에 따라 부여받는 앞자리 번호가 달랐다. 따라서 기종을 변경하면 번호가 바뀌게 되곤 했다.

38) 『연공』 상, 66~67쪽.

을 바꾸는 것은 지금까지의 인간관계를 전부 백지장으로 돌려서 다시 시작한다는 의미를 담고 있다는 사실을 고려한다면 PHS를 바꾼다는 선택(=새로운 번호를 부여받아 이를 친구들에게 알리고, 친구들이 그 번호를 다시 각자의 휴대폰에 등록하는 과정 전체를 포함한)이 얼마나 무게가 있는 것인지 미루어 짐작할 수 있다. 다쓰야라는 친구가 생기고 그의 따뜻한 격려가 없는 상태에서는, 지속되는 괴롭힘으로 인해 정신적으로 소모되어 버린 미카가 홀로 이를 결단하는 것은 불가능했던 것이다.

이와 관련하여 핸드폰과 관련된 소녀들의 문제로 흔히 지적되는 것은 핸드폰을 통한 지속적인 연결(つながり)에 대한 갈구 및 분위기를 깨지 않는 것이 가장 중요한 목적이 되어 버린 다정한 관계(やさしい関係)가 지적된다. 『연공』에서 반복적으로 묘사되는 것처럼, 핸드폰은 젊은 세대들에게 있어 이미 신체의 일부이며, 핸드폰을 통한 연결에서 소외되는 것은 그 어떤 것보다 절망적인 사건이다.³⁹⁾ 더 나아가 이런 경향은 일본사회 전반에 걸쳐 나타나고 있지만, 그 중에서도 가장 강하게 영향을 받는 집단은 바로 여중고생들이며, 이는 목적지향적인 경향이 뚜렷한 남학생들에 비해 상대적으로 사회적 관계성을 더 중시하는 여성들의 특성에서 기인한다는 것이 도이의 분석이다. 그리고 이는 뒤에서 다시 살펴 보겠지만, 연인이나 부부와 같이 친밀한 관계에서 반복되는 데이트 폭력(Dating Violence)을 비롯한 가정 내 폭력(Domestic Violence) 등의 부당한 처우를 받으면서도 그 관계가 깨지는 것을 피하기 위해 참아내는 젊은 여성들의 모습과도 오버랩된다.

2) 『연공』에 담겨진 풍경: 공동화된 교외 지방과 양키문화의 소멸

지금까지는 핸드폰을 매개로 한 현대 일본 젊은이들의 커뮤니케이션 양태가 핸드폰 소셜에서 어떻게 ‘리얼’하게 그려지고 있는지에 대해 논했다. 그렇다면 이번에는 이 젊은이들이 발을 딛고 살아가고 있는 현대 일본의 풍경이 『연공』에서 어

39) 土井隆義, 『友だち地獄: “空気を讀む”世代のサバイバル』.

떻게 그려지고 있는지를 살펴보자.

일본에서 제작되어 2008년 한국에서도 개봉된 영화 「연공」(戀空)은 2006년 출판된 동명의 핸드폰 소설을 원작으로 한 미디어믹스 작품이다. 영화의 도입부, 역의 플랫폼에서 핸드폰으로 누군가와 통화를 하는 여주인공 미카의 모습이 잠시 비친 후, 화면은 맑은 하늘과 갈대밭 사이를 지나가는 전차로 바뀐다. 이어지는 풍경은 넓은 논밭 사이로 지나가는 전차를 비추고 있고, 그 위로 여주인공의 독백과 함께 장면은 보통열차(普通列車)의 내부를 비춘다. 창밖을 흘러가는 풍경은 드넓게 펼쳐져 있는 논밭과 드문드문 보이는 집들에서 유추해 보건대 일본 어디에서나 찾아볼 수 있는 한적한 농촌이며, 객차의 내부에는 주인공을 제외하고는 거의 사람이 보이지 않는다. 그리고 이어지는 푸른 하늘과 하얀 구름, 그 위로 떠오르는 '연공'의 두 글자로 이 영화는 시작된다.

시청자로 하여금 여주인공과 함께 전차역으로 상징되는 번잡한 도시를 떠나 어딘가로 함께 여행을 하는 듯한 느낌을 주는 영화의 도입부 이후에도, 영화 속에서 등장하는 배경은 논밭과 들판, 미카가 히로에게 처음 임신했음을 알리는 패밀리 레스토랑, 대로변을 따라 서 있는 체인점 등, 도심부가 아니라는 사실을 제외하고는 명확한 지역적 특색을 보여 주기보다는 일본 어디에서도 볼 수 있는 흔한 교외의 풍경에 더 가깝다. 실제로 이 영화를 찍은 로케장소를 살펴보면, 규슈 지방의 오이타현(大分縣) 오이타(大分)시, 우사(宇佐)시, 벳부(別府)시, 나카쓰(中津)시 및 간토(關東) 지방의 도치기현(栃木縣) 가누마(鹿沼)시, 지바현(千葉縣) 기사라즈(木更津) 등으로 나와 있는데, 지역명을 보면 알 수 있듯이 모두 지방 소도시이며, 특히 간토 지방의 경우 도쿄의 주변, 특히 교외 지역으로 불리는 장소들이다.⁴⁰⁾

이 중에서도 영화 초반부, 히로와 사귀기 시작한 미카가 자신을 쫓아오는 정체불명의 남자들을 피하기 위해 갈대가 무성한 들판을 가로질러 뛰어가다 결국

40) 보다 자세한 정보는 다음의 홈페이지를 참조하라. '연공 로케지가이드'(戀空 ロケ地ガイド)(http://loca.ash.jp/show/2007/m2007_koizora.htm).

잡혀서 성폭행을 당하는 장면은 평화롭던 미카의 일상이 운명에 휩쓸리게 되는 첫 계기라는 점에서 매우 인상적인데, 이 장면이 촬영된 곳도 지바현의 기사라즈 외곽이라는 점은 흥미롭다.

기사라즈시는 1997년 ‘도쿄만 아쿠아라인’(東京湾アクアライン)이 개통하면서 가와사키(川崎)시와 10여 분 정도로 연결되었지만 고액의 고속도로 통행료로 인해 수도권의 베드타운도 되지 못하고, 휴일의 쇼핑객은 게이힌(京浜)지구로 유출되어 지역의 상점가가 쇠퇴한 것으로 알려져 있다.⁴¹⁾ 도심 외곽의 교외 지역, 즉 대도시 주변부의 ‘시골’(田舎)에서 사는, 또는 살 수밖에 없는 젊은이들의 우울과 울분을 소재로 하여 일본뿐만 아니라 한국에서도 컬트적인 인기를 모았던 것으로 유명한⁴²⁾ 드라마 「기사라즈 캐츠아이」(木更津キャッツアイ, 2002년 방영)는 이런 도시의 역사를 배경으로 하고 있다.

이 드라마에서 등장인물들은 실력이 있었다면 도쿄로 진출했겠지만 그럴 수도 없어서 결국 지방에 남은 젊은이들로, 열등감과 지역에 대한 애착, 협소한 지공공동체 안에서 반복되는 인간관계로 인한 굴절된 욕망, 그리고 지방 젊은이들의 하위문화로서 뒤에서 살펴볼 양키문화(ヤンキ-文化)의 양상을 숨김없이 보여 준다. 현재 기사라즈 지역은 이 드라마의 인기로 인해 관광의 대상으로 부상되었지만, 「기사라즈 캐츠아이」에서 기사라즈가 다른 교외 지역과는 구분되는 그 지역 고유의 문제를 안고 있다기보다는, 일본사회의 중심과 주변이라는 문제를 단적으로 대표하는 장소로서 등장하고 있다고 보는 것이 적절할 것이다.⁴³⁾

흥미로운 것은, 소설 『연공』 또한 비슷한 특징을 지닌다는 점이다. 하야미즈는 『연공』뿐만 아니라 대부분의 핸드폰 소설에 고유명사가 거의 등장하지 않는다

41) 일본어 위키피디아의 관련 페이지를 참조하라. <http://ja.wikipedia.org/wiki/木更津キャッツアイ>

42) 심지어 평론가 오쓰카 에이지(大塚英志)는 이를 ‘기사라즈 현상’(木更津現象)이라고 명명하기도 했다.

43) 실제로 이 드라마를 기획한 초창기, 기사라즈뿐만 아니라 니시후나바시(西船橋)나 가와구치(川口)도 로케지로 물망에 올랐다고 한다. 즉 드라마의 제목과는 달리 무대가 기사라즈가 아니면 안 될 적극적인 이유는 없었다는 것이다. 그런 의미에서 이 드라마는 공동화한 지방도시를 무대로 한 이야기이기도 하다. 土井隆義, 「地方の空洞化と若者の地元志向—フラット化する日常空間のアイロニー」, 筑波大學社會學研究室 編, 『社會學ジャーナル』 35, 100~101쪽.

는 점을 이 장르의 주요한 특징으로 지적한다.⁴⁴⁾ 구체적으로는 지명·상품명·브랜드명·예능인 등 여러 범주의 고유명사가 누락되어 있고, 무대로서 쇼핑센터·전차역 등이 등장해도 특정한 지명이 부여되는 대신 일개 쇼핑센터·전차역으로만 간주된다. 또, 무엇보다 이야기의 무대가 어느 지역인지 명확하게 나오지 않는다. 이것은 영화에서 보여 주는 풍경이 일본 어디에서나 볼 수 있는 시골, 혹은 도시 배후지로서 교외 지역으로 그려질 뿐, 구체적으로 어딘지를 알 수 없다는 점과 연결된다.

이와 관련하여 현대 일본사회에서 농산어촌의 노령화와 공동화, 그로 인한 지역경제의 붕괴가 지적된 것은 이미 오래된 일이다. 고도성장과 함께 도시화의 물결 속에서 농산어촌으로 대표되는 지방은 젊은이의 지속적인 유출로 인해 그 활기를 잃어 갔다. 일반적으로 전후 일본사회에서 지방사회의 문제를 논할 때 가장 일반적인 것은 바로 이런 지역의 문제로, 80년대와 90년대 ‘마을만들기’(まちづくり)의 주요한 대상이 되었던 것도 이러한 지역이며, 2011년 3월에 발생한 동일본 대진재(東日本大震災)에서도 많은 수의 사망자가 인구의 과소화(過少化)가 문제시되고 있는 해안가에 거주하는 노령자였다는 사실이 밝혀지기도 했다.

그러나 이런 인식이 광범위하게 공유되는 데 반해, 버블경제 붕괴 이후 최근 20여 년 동안 지방소도시 및 대도시 권역 주변의 교외 지역에서 일어나고 있는 공동화 현상에 대해서는 상대적으로 주목하고 있는 연구가 드물다. 2000년대에 들어와서야 지리학을 중심으로 하여 이 문제를 본격적으로 논의하기 시작했는데, 그 중 가장 대표적인 논의가 미우라 아쓰시(三浦展)의 ‘패스트풍토’(ファスト風土)론이다. 그에 따르면 ‘패스트풍토화’란 최근 대형 체인점의 출점 규제가 완화됨으로써 일본 전국 교외 지역의 대로변에 대형 상점시설의 출점이 증가하여 그 결과 본래 고유의 역사와 자연을 가지고 있었던 지방의 풍토가 마치 패스트푸드처럼 전국 일률의 균질적인 것이 된 현상을 가리킨다.⁴⁵⁾

44) 速水健朗, 『ケータイ小説的: “再ヤンキー化” 時代の少女たち』, 18쪽.

45) 三浦展, 『ファスト風土が日本を壊す!』, 洋泉社編集部 編 『地方を殺すな!』, 東京: 洋泉社, 2008, 3쪽.

자동차를 이용한 이동을 전제로 한, 교외 지역의 대형 쇼핑몰로 대표되는 이런 패스트푸드화의 가장 심각한 문제점은 그것이 공간의 균질화를 가져온다는 것이라기보다는 오히려 역 앞의 상점가와 같은 역사성을 지닌 공간을 붕괴시킨다는 점에 있다. “역 앞은 황폐한데 국도변이 번성한다는 지방도시가 정말 많”은 이런 상황⁴⁶⁾은 실제 다양한 지방도시 및 교외 지역에서 목격되고 있다. 이는 과거처럼 농산어촌뿐만이 아니라 가나가와(神奈川), 지바, 이바라키(茨城) 등 소위 수도권이나 대도시의 베드타운 기능을 하는 교외 지역에서도 발견되는 현상이라는 점이 특징적이다.

흥미로운 것은, 사노가 밝혔듯이 인터넷 이용을 위한 매체로 컴퓨터와 핸드폰 사용 비율이 도심부와 지방에서 차이가 나는 것처럼, 핸드폰 소설의 판매와 관련하여 도심권의 서점과 이런 교외나 지방도시의 대형 쇼핑몰이나 간선도로변에 세워진 대형 서점 체인 간에 매상의 차이가 나타난다는 점이다. 하야미즈가 소개하고 있는 통계에 따르면, 남녀노소를 불문하고 폭넓게 지지받고 있는 대중소설 작가의 지역별 판매고가 도쿄에 현저하게 치우쳐 있는(20%) 반면, 한 핸드폰 소설의 지역적 판매고는 아이치현(愛知縣)을 최고(8%)로, 후쿠오카와 홋카이도(각각 6% 정도)가 그 뒤를 따르고 있다. 이는 외곽에 점차 점포를 늘려 가고 있는 쓰타야(TSUTAYA)로 대표되는, 대형 렌탈 전문점 겸 서적·CD 판매점에서 취급하는 책들이 잘 팔리는 잡지, 베스트셀러, 코믹 등으로 구성되어 있다는 점에서도 기인한다. 도심의 대형 서점들이 서적만을 취급하는 전문점의 형태를 취하고 있는 반면, 일본 전국의 어디에 가도 동일한 책 구성으로 짜여져 있는 이런 복합점(複合店)의 확산이야말로 핸드폰 소설의 베스트셀러화에 중요한 요인이었다.⁴⁷⁾

그리고 대형 쇼핑몰로 대표되는 이런 점포들의 확산은 역 앞 상점가로 대표되는 지역경제권의 붕괴와 연결되어, 지방을 준거점으로 하는 젊은이들의 고용 기회가 점차 줄어드는 효과를 가져오게 된다. 오래된 인간관계를 기반으로 지역

46) 東浩紀・北田曉大, 『東京から考える』, 東京: 日本放送出版協会, 2007, 95쪽.

47) 速水健朗, 『ケータイ小説的: “再ヤンキー化” 時代の少女たち』, 155~158쪽.

경제를 지탱하는 소매점들이 붕괴해도, 이를 대신한 대형 점포들은 경영합리화를 통해 인건비를 최소한으로 줄이는 방식을 택함으로써 안정적인 고용처를 제공하지 못하게 되는 것이다. 이런 지역경제 침체의 영향을 가장 많이 받는 것은 대학 진학을 꿈꾸는 우등생들보다는 고등학교에서 중도퇴학하거나 졸업 후에도 지역에 남고자 하는 일반 학생들이나 소위 ‘불량’, 즉 양키(ヤンキー)들이다.

역 앞 상점가의 쇠퇴로 대표되는 지역경제 침체는 직접적으로 70년대 폭주족으로부터 시작하여 90년대 초반까지 지방의 대표적인 하위문화로서 발달해 온 ‘양키문화’의 쇠락에 결정적인 영향을 미쳤다. 양키는 영어 yankee에서 온 조어로, 진학을 포기한 낙오생들로 구성된 하위문화를 일컫는다. 가장 잘 알려진 사례는 70년대에 등장한 폭주족으로, 지방에 토대를 두고 있으며, 도교를 지향하기 보다는 지방사회에 남고자 하는 것이 특징이다. 일부는 야쿠자가 되기도 하지만 보통 청소년기의 일탈행위를 성인식과 함께 ‘졸업’하고 지방사회의 성실한 일원으로 변모하는 경우가 많으며, 매년 성인식을 전후해서 일본의 매스미디어에 보도되는 성인식장에서의 소란이나 행패 또한 이들에 의해 이루어질 때가 많다.

이와 관련하여 로리타⁴⁸⁾ 소녀와 양키 소녀의 우정을 그려내 인기를 모았던 타케모토 노바라(嶽本野ばら)의 『시모쓰마 이야기』(下妻物語)에서는 양키들의 지방사회 지향을 다음과 같이 표현한다.

주민의 대부분은 양키이거나 전에 양키였던 사람들입니다. 아마가사키[尼ヶ崎, 여주인공 모모코의 고향] 시민의 대다수가 아마가사키에서 태어나 역시 아마가사키에서 태어나고 자란 양키 출신 부모에 의해 당연하다는 듯이 양키로 키워집니다. …… 상점가를 오가는 사람들은 대부분 아래위 모두 추리닝 차림입니다. 이걸 아마가사키에서는 지극히 당연한 일입니다. 아마가사키에서 태어난 사람

48) 로리타(ロリータ)란 블라디미르 나보코프의 소설 『롤리타』(Lolita)에서 유래된 말로 남성들의 성적인 욕망의 대상으로서 미성년 소녀를 의미한다(‘롤리타 콤플렉스’ Lolita Complex 참조). 일본에서는 1980년대 이후 발생한 스트리트패션을 가리키는 경우가 많다. 주로 프릴, 리본 및 레이스 등 소녀 취향의 요소를 강조한 패션을 의미하지만 최근에는 그 내부에도 다양한 분화가 나타나고 있다.

들은 아마가사키에서 자라고 결혼해서 아이를 낳고, 아마가사키에서 그렇게 살다 그렇게 가는 겁니다.⁴⁹⁾

오야마(大山)가 1997년 이바라키현 A시의 축제에서 실시된 ‘보행자천국’(歩行者天國)에 폭주족 그룹인 ‘쇼군’(將軍)이 행하는 스트리트 댄스를 조사한 결과 또한 이와 일치한다. 지역축제의 정식 프로그램으로는 인정받지 못한 채 ‘불량한 녀석들의 소란’ 정도로 받아들여지는 이 스트리트 댄스는 10대 후반이 대부분인 쇼군의 정식 멤버만이 참가할 수 있고, 20세가 되는 순간 이를 졸업하여 OB로서 지역과 경찰에 대해 이들의 행동을 무마하면서 한편으로는 후배들의 소란을 보호해 주는 역할을 부여받는다. 20세가 넘어서까지 함께 소란을 피우는 것은 꼴불견으로 간주되고, 오직 10대 후반일 때만 이런 행동은 허용되며, 후배들은 선배들에게 자신들이 폭주족으로서 제대로 하고 있다는 것을 보이기 위해 더욱더 소란을 피운다. 한때 정식 멤버로 축제를 소란스럽게 했던 이들도 일단 은퇴하면 지역에서 취직해 지역공동체의 당당한 일원으로서 축제의 미코시(御輿)를 짊어지는 동시에, 후배들의 소란을 ‘그때는 그럴 수 있다’는 따뜻한 시선으로 바라본다.⁵⁰⁾

그리고 이런 OB들은 대학에 진학한 고등학교 동창들이 학생으로서 상대적으로 경제적 여유를 지니지 못한 데 비해 자신들의 직업에서 번 돈으로 자동차를 구입하고 일찍 결혼하여 가정을 꾸린다는 점에서 오히려 우위성을 지니게 된다. 이는 폴 윌리스가 그의 저서 『학교와 계급재생산』에서 다룬 영국 노동자계급의 자녀들이 학교 교육에서 일탈하여 최종적으로는 부모처럼 지역에 기반한 노동자계급이 되는 과정을 연상시킨다.⁵¹⁾ 그러나 오야마의 ‘쇼군’ OB들과 해머타운의 ‘싸나이’들이 학교에서 일탈할 수 있는 것은 그들을 고용해 줄 직장과 그들의 말썽을 받아들여 주는 지역이 있었기 때문이라는 사실, 그리고 이는 1990년대 이후

49) 타케모토 노바라, 『시모츠마 이야기 : 양키 소녀와 로리타 소녀』, 기린 옮김, 두드림, 2005, 25~27쪽.

50) 阿部眞大, 「ヤンキーたちは地域に戻ることができるのか」, 五十嵐太郎 編, 『ヤンキー文化論序説』, 2009, 175~180 쪽으로부터 재인용.

51) 폴 윌리스, 『학교와 계급재생산』, 김영훈·김찬호 옮김, 이매진, 2004.

전세계에 걸쳐 급속도로 사라져 갔다는 사실을 잊어서는 안 된다.

1990년대 중반 이후 버블경기의 붕괴와 함께 점차 일본경제의 침체는 피할 수 없는 것이 되었고, 도심부에 비해 지방이 그 타격을 보다 크게 입었다. 실제로 아베 마사히로(阿部眞大)에 따르면, 1990년대 전반에 걸쳐 고졸 취업자의 취업률은 1990년의 98.3%에서 2000년의 89.2%로 급격히 감소하였다.⁵²⁾ 2000년대의 상황도 그리 크게 바뀌지 않아서, 지역적 편차는 있으나 가장 낮은 경우 80퍼센트에도 미치지 못하는 상황이다. 이런 상황을 생각해 보면 오야마의 조사가 1997년에 이루어졌음에도 불구하고 여전히 지역경제가 원활하게 돌아가고 있는 것처럼 보이는 것이 오히려 예외적인 상황인 듯 하다.

전후 일본사회가 입시[受験]를 중심으로 한 상승지향 및 도쿄지향을 강하게 띠고 있었지만, 다른 한편에서는 학교에서 이탈하여 지방사회에 남고자 하는 젊은이들이 존재했으며, 이들을 대표하는 것이 바로 양키문화였던 것이다. 이들에 대해 이가라시 다로(五十嵐太郎)는 “침묵하는 다수(silent majority)라고 부를 만한 존재”이며 “말을 하지 않는 대중”이자 “일본의 지방을 아래서 지탱하는 문화”로서 “그들은 상경하기보다는 지방에 뿌리내리”고 “좋은 아버지·어머니가 된다”고 지적한다.⁵³⁾ 그렇기 때문에 이들의 문화를 논하는 것은 지금까지 문화론이 무의식적으로 상정했던 도쿄지향에서 벗어난 새로운 문화론의 가능성을 열어 준다는 것에 의의가 있다는 것이 그의 주장이다.

80년대와 90년대가 양키문화의 전성기였고, 90년대 말 이후 현저해진 지방경제의 침체 속에서 양키문화가 그 토대를 잃고 점차 힘을 잃어 갔다면, 왜 2000년대도 이미 십여 년이 지난 지금 양키문화가 다시 주목받게 되었는가? 일본 무료 주간지 『L25』 6월 12일자에 의하면, 현재 일본 젊은이들 사이에서는 ‘무리해서 이상적인 삶을 사는 것보다 분수에 맞는 생활이 편하다’는 의식이 퍼져 나가고 있기 때문인데, 구체적으로 이는 경제불황과 사회격차가 심해지는 사회에서 불

52) 阿部眞大, 「ヤンキーたちは地域に戻ることができるのか」, 181쪽.

53) 五十嵐太郎, 「前書き」, 五十嵐太郎 編, 『ヤンキー文化論序説』, 2009, 4쪽.

안을 느낀 젊은이들은 도시지향이 아닌 자기 지역에서 머무는 경향이 늘어났고, 빨리 결혼해서, 빨리 아기 낳고, 어느 정도 수준에서 만족하자는 의식이 퍼지고 있기 때문이기도 하다는 것이다.⁵⁴⁾

그러나 이는 결코 최근의 젊은이들이 양키문화의 주체들처럼 능동적으로 지역을 지향하는 것도, 과거의 공동체로서 지역성이 유지되어 이들을 붙잡고 있기 때문은 아니다. 오히려 그보다는, 일본 전국 어디에 가도 흔히 발견할 수 있는 교외의 풍경과 그 속의 체인점, 체인점에 진열된 상품을 통해 매개되는 동질화된 소비로 인한 표준화와 균질화로 인해 도쿄 등 도심부에 굳이 나가지 않아도 지역 수준에서 이들을 향유할 수 있게 되었기 때문이다. 이와 더불어, 아마도 양키문화가 이미 소실되어 과거의 것으로서 향수의 대상이 되어 버렸기 때문이고, 침체된 사회적 분위기 속에서 양키문화 특유의 화려함과 과장된 장식성⁵⁵⁾이 좋았던 80년대를 떠올리게 하기 때문이라는 지적도 있다.

이처럼 지역 고유의 특성이 사라진 공간을 채운 것은 교외의 풍경과 표준화된 소비이며, 지역에 남고자 하는 젊은이들의 새로운 지향성은 지역을 지킨다, 혹은 발전시킨다는 적극적 의미라기보다는 어디에도 갈 곳이 없어진 이 세대의 선택인 것이다.⁵⁶⁾ 『연공』에서도 이는 잘 드러나는데, 미카는 도심부가 아닌, 지방 소도시 혹은 농촌의 학교를 다니며, 그곳에서 만난 사람들과 대학에 진학한 이후에도 지속적인 관계를 맺는다. 대학 또한 고등학교에 다닐 당시 소개받았던 새로운 남자친구가 다니는 대학에 진학했다는 점에서 지역에서의 관계성은 꾸준히 이어지며, 이는 히로와의 재회로 다시 강화된다. 그러나 이때의 관계성은 양키문화가

54) 「일본에서 지금 '양키'가 대세인 이유?」에서 재인용, 『JPNEWS』 2009. 7. 15(http://www.jpnews.kr/sub_read.html?uid=922).

55) 폭주족 패션으로 대표되는 양키패션은 전후 일본사회에서도 유례를 찾아볼 수 없을 정도로 강렬하고 독특하다. 나루미 히로시(成美弘至)는 양키패션의 요소를 '일탈문화의 혼종'으로 정의하고, 미국문화, 개조학생복문화, 작업복 등의 노동자문화, 특공복, 일장기의 우익 스타일에 차이나드레스 등의 무국적 민족문화 등을 혼합한 이 패션에서 전후 일본사회 불량문화의 계보를 읽어 낼 수 있다고 분석한다. 成美弘至, 「ヤンキーファッション: 過剰さのなかの創造性」, 五十嵐太郎 編, 『ヤンキー文化論序説』, 2009, 80~81쪽.

56) 호리 유키에(堀有喜衣)에 따르면 최근 일본의 젊은이들은 지역의 생활권 내에 취직하려고 하다가 결국 직장을 찾아내지 못하고 무직이 되거나, 일단 취직해도 지역에서 떨어지는 것이 싫어서 전근을 거부하고 퇴사하는 경우가 늘어나고 있다고 한다. 土井隆義, 「地方の空洞化と若者の地元志向—フラット化する日常空間のアイロニ」에서 재인용.

그러했던 것처럼, 우리가 흔히 지방이라고 했을 때 떠올리는 끈끈한 인간관계와 정이라기보다는 핸드폰을 통해 끊임없이 연결되어 있음을 확인하고자 하는 느슨하고 부드러운 관계이며, “이상과 같이 핸드폰은 이질적인 사람들과 관계를 넓혀가는 장치가 아니라 오히려 지역에서의 연결(地元つながり)에서 전형적으로 볼 수 있는, 동질적인 인간관계를 잘 영위해 나가기 위한 장치로서 쓸모가 있다. 여기서 중요한 포인트는 동질적인 지역에서의 연결을 유지하기 위해 핸드폰이 사용된다기보다는, 핸드폰이라는 장치로 매개됨으로써 지역에서의 연결이 가진 동질성이 의사적으로 유지되고 있다는 점이다.”⁵⁷⁾

4. 『소악마 아게하』를 통해 보는 교외의 젊은 여성들과 ‘불황문화’

지금까지 공동화된 지방과 양키문화의 성쇠라는 두 개의 키워드를 통해 핸드폰 소설이 그려 내는 풍경을 살펴보았다. 이 두 현상 모두 1990년대 버블경제 붕괴 이후 일본경제의 침체, 그리고 지방경제의 붕괴로 인한 지방사회의 해체를 단적으로 드러내는 사례로 해석할 수 있으며, 최근 나타나는 젊은이들의 지역지향은 지역성의 부활이라는 적극적인 의미보다는 소비의 표준화와 문화의 균질화를 반영한다는 소극적인 의미가 더 크다고 볼 수 있다.

그러나 지방의 젊은 남성들에게만 이런 경제적 변화가 큰 영향을 준 것은 아니다. 오히려 지방의 고용이 줄면서 가장 큰 타격을 입게 된 것은 바로 저학력의 여성들이고, 이런 여성들의 새로운 고용처로 등장한 것이 바로 ‘가바쿠라’(キャバクラ, 호스티스 클럽)였다.⁵⁸⁾ 그리고 이런 여성들은 상승·사치 지향보다는 오히려 생활을 꾸려 나가기 위한 수단으로 클럽에 나가는 경우가 대부분이다. 이런 흐름을 반영하여 일본 대중문화에서도 호스티스에 대한 관심이 2000년대 이후 나타나기 시작했는데, 구체적으로는 호스티스 및 호스트 클럽에 대한 드라마(『양왕』

57) 土井隆義, 『友だち地獄-‘空気を讀む’世代のサバイバル』, 162쪽.

58) 速水健朗, 『デフレカルチャー 第一回 ‘生まれたときから不況の世代’』(<http://eq.kds.jp/kmail/bn/?r=c&m=8&c=8>).

嬢王,『아왕』夜王,『미사키 넘버원!』美咲ナンバーワン! 등)와 호스티스가 주인공인 핸드폰 연애게임(『戀してキャバ嬢』 등)과 모모에리(ももえり, 桃華繪里)로 대표되는 호스티스 출신 싱글맘 카리스마 모델의 등장 등을 그 사례로 들 수 있다. 실제 앞에서 다룬 『연공』에서도 미카 본인은 아니지만, 미카의 친구가 ‘밤일’에 종사하고 있다는 묘사가 나온다.

그 페이지를 보고 나는 입을 다물 수가 없었다. 드레스를 입고 화장을 한 우타의 모습.

“우우……우타가 있어! 연예계에 진출했어?”

동요를 감추지 못하고 큰 목소리로 외치자 우타는 꺾꺾거리며 웃는다.

“그래! 연예계 진출…… 이라! 우타, 지금 밤일을 하고 있어~! 클럽에서 일하고 있어!”

잡지 안의 우타는 내추럴 메이크업에 검은 드레스가 굉장히 잘 어울렸다.

“어? 왜 밤일을 하는데?”

손에 든 잡지를 내려놓고서 차분한 목소리로 우타에게 물어본다.

“우타, 가게를 내는 게 꿈이야.”

“……가게?”

“응, 보석상 경영을 하고 싶어.”

“그건 대학 다니면서도 할 수 있잖아?”

“빨리 자금을 모아야지! 지금까지는 남자친구가 있어서 밤일을 할 수 없었지만 지금은 괜찮아.”⁵⁹⁾

우타는 아기를 원하지 않는 남자친구 때문에 임신중절을 두 번이나 경험한 과거가 있다. 두번째 아기를 중절하고서야 남자친구에게 미련을 버리고 헤어진 그녀가 선택한 길은 학교를 그만두고 밤일(호스티스로 일하는 것)을 하는 것이다.

59) 『연공』 하, 220~221쪽.

이는 보석상 경영이라는 자신의 꿈을 위해 빨리 돈을 모으기 위해서라는 건실한 이유 때문이다. 그리고 무엇보다, 남자친구가 있는 동안은 밤일을 하지 않았다는 말, 그리고 인용 부분에서는 나오지 않으나 사실 그녀는 남자친구의 아기를 낳고 싶어 했다는 언급에서 그녀가 가정을 중시하는 보수적인 도덕적 기준을 가지고 있다는 점을 알 수 있다. 더불어 여주인공 미카는 이런 우타의 모습에 대해 조금 놀라지만, 그녀가 꿈을 좇고 있다고 생각하고 오히려 자신을 뒤돌아본다. 이런 여성들에 대해서 경멸하거나 거부감을 갖는 것이 아니라 이를 하나의 삶의 방식이자 목적을 달성하기 위한 수단으로서 가능하다고 생각하는 것이다.

호스티스 등 밤일에 종사하는 여성에 대한 스테레오타입(사치와 도덕적 문란)과는 동떨어진 이런 모습, 그리고 미카의 태도에 대해 어떻게 볼 것인가? 도덕관념의 추락에서 원인을 찾는 것은 지나치게 단순화된 시각이다. 오히려 2000년대 일본사회의 경제적 곤란이 낳은 문화현상이라고 보는 것이 적절할 것이다. 그리고 이런 여성들 — 고등학교 중퇴나 고졸 정도의 학력을 지니고 어린 나이에 결혼해서 생계를 유지하기 위해 노력하거나, 혹은 (사실상 대부분이) 남자친구/남편에게 배신당하고 홀몸으로, 또는 싱글맘으로서 아이를 키우기 위해 지방에서 밤일에 종사하는 여성들 — 은 더 이상 일본에서 소수에 머무르지 않는다는 사실을 잘 보여 주는 것이 바로 잡지 『소악마 아게하』이다.

2006년 창간된 『소악마 아게하』는 ‘밤일’(夜のお仕事)을 하는 여성을 위한 잡지, 즉 밤에 클럽[キャバクラ]에서 일하는 호스티스[キャノ嬢, 가바조]를 위한 정보지이다. 다른 일반 여성패션지와는 달리 호스티스라는 특수한 직업을 가진 여성들을 위한 정보에 특화된 이 잡지는 2008년 현재 판매고가 30만 부에 이르렀는데, 이는 젊은 여성을 위한 패션잡지로서는 톱클래스에 들어가는 것으로, 현재 젊은 여성을 위한 패션지의 대명사인 『안안』(anan), 『논노』(non-no)와 맞먹거나, 이를 추월한 부수를 판매하고 있다.⁶⁰⁾

스스로가 대학생 시절 아르바이트로 호스티스를 한 경험을 지니고 있으며,

60) 『小悪魔ageha』編集長にインタビュー, 世の中には‘かわいい’が‘かわいくない’の2つしか無い, 『GIGAZINE』(http://gigazine.net/news/20090714_koakuma_ageha/).

창간 이후 지금까지 편집장으로서 잡지 제작을 진두지휘하고 있는 나카조 히사코(中條壽子)에 따르면, 이 잡지가 나오기 전에는 “남성이 보고 밤업소를 고르는” 식의 잡지는 있었지만 “밤일을 하고 있는 여성들이 같은 경우에서 일하고 있는 전국 여성들의 화장법, 헤어스타일, 드레스 등을 보고 참고할 수 있는” 잡지는 없었으며, 밤에 활동하고 음주를 할 수밖에 없는 환경에서 일하고 있기 때문에 항상 피곤하고 점점 더 병들어 가는 이런 여성들을 위해 기분 전환을 할 수 있는 잡지로서 『소악마 아게하』를 창간하였다고 한다.⁶¹⁾

특수한 독자층과 함께 『소악마 아게하』를 다른 패션잡지로부터 한눈에 구분 짓는 것은 특징적인 표지 및 본문의 내용이다. 크리스탈·금색·은색·핑크색을 과감하게 사용하고 반짝이는 효과를 과용한 배경에, 물들여 머리를 높이 올리고(盛りヘア) 진한 눈화장을 한 모델을 클로즈업한 모습 위로 강렬한 표제와 부제의 문구가 고딕체로 과감하게 배치된 이 스타일은 그 과장된 장식성으로 인해 악취미라는 비판도 많이 받지만, 동시에 그로 인해 강렬한 인상을 남기는 효과를 가져왔다. 표제 문구의 내용 또한 노골적이고 직선적인데, 구체적으로는 다음과 같다.

2009년 3월호	
표제	태어날 때부터 일본은 이랬으니깐, 새삼 불황이라 어떻다 해도 잘 모르겠어. 그리고 이 2월, 우리들이 좋아하는 것, 샀던 것, 입었던 것 40개!
부제	미용실에 최근 모두 이런 주문을 한다! “옆머리는 바깥쪽으로 말아 주세요”
2009년 8월호	
표제	우리들이 머리를 높게 올리는 것은 얼굴을 귀엽게 보이려는 것이 아니라 바깥의 적으로부터 나를 지키기 위한 무장이었다. 그것이 지금, 무장이 하나 벗겨졌다. 거리에 올림머리가 넘쳐 풍경에 녹아들어 우리들은 높게 높게 크게 크게 하지 않아도 몸을 지킬 수 있다. 그후는 그저, 마음에 갑옷을- (반전) 상처입는 것을 더 이상 막기 위해서
부제	가슴 노출이 심했던 작년에 비해서 모두 노출도 3할 줄었음!!! 올해는 가슴을 가리고 목덜미를 노출해요.
2010년 2월호	
표제	대학수험이나 의사가 된다는가 그런 예비교와 학원과 학교는 이 세상에 별처럼 많지만 눈을 크게 하는 학교는 이 세상에 단 하나뿐! 정월은 한가하니가 개교했습니다- 큰 눈 특훈 세미나!!!
부제	지방 초초(ちょうちょ, 호스티스)들의 일상, 가부키(歌舞伎) 초초의 우울 — 어떻게 여기를 정화해도 우리들과 이 거리에 빛은 계속 닿지 않는다.

61) 『小悪魔ageha』編集長にインタビュー, 世の中には‘かわいい’が‘かわいくない’の2つしか無い.

이 사례들에서 알 수 있듯이, 표제와 부제에는 일반적으로 패션기사와 마음의 어두움에 대한 기사가 번갈아 가면서 배치되며 심지어 패션과는 직접 관련이 없는 기사의 제목이 표제가 되고 표지도 그에 맞춰 구성되는 경우도 있다. 사례 중에서는 2009년 8월호가 그에 해당되는데, 이 호의 표지는 머리를 염색한 독자 모델 두 명이 남성용 교복인 검은색 가쿠란(學ラン)과 흰 장갑 차림⁶²⁾으로 한 명은 주먹을 힘차게 내밀고 있으며, 다른 한명은 응원단과 같은 포즈를 취하고 있다. 이는 잘 차려입은 미모의 여성을 전면에 내세우고 패션·화장·레저에 관한 다양한 표제를 주위에 배열하는 일반적인 여성 패션잡지의 표지와는 명확하게 구분되고, 표제에 들어간 단어들 또한 ‘무장’(武裝), ‘갑옷’(鎧), ‘상처’(傷), ‘우울’(憂鬱) 등, 여성 패션잡지에서는 일반적으로 사용하지 않는 것들이 자주 등장한다.

그리고 이런 반짝거리는 표지와 선명한 대비를 이루는 것이 잡지의 내용이다. 일반적인 여성 패션지가 패션기사와 함께 어떻게 하면 귀엽고 인기를 끌 수 있는지, 즉 타인의 시선에 자신이 어떻게 비치는지에 초점을 맞추는 반면, 『소악마 아게하』는 반짝이는 표지와 화려한 모델의 걸모습과는 상반되는 마음의 어두움을 여과 없이 드러냄으로써 독자들이 그에 공감하도록 만든다. 특히 ‘아게모’(ageモ)로 불리는 독자 모델의 경우, 현직 호스티스뿐만 아니라 트랜스젠더, 몰락한 연예인 지망생, 미혼모 등이 포함되어 화려한 걸모습과 함께 여과 없이 자신의 경험과 아픔을 토로한다. 이런 기사들은 매 호에 특집으로 실리는 경우가 많고, 독자모델들의 화려한 사진과 함께 마치 친구에게 고백하는 것처럼 지방 사투리를 포함한 구어체로 자신의 상처, 혹은 현재 하는 일이나 사귀는 사람과의 문제를 토로하는데, 이런 기사들의 밑바닥에 깔려 있는 정서는 상처 입은 마음과 과거에 대한 회한, 그리고 자신이 살고 있는 지역(地元)에 대한 애착이다.

어렸을 때는 요염하게 보였던 이 거리도 일해 보면 지방에 흔히 있는 ‘OO銀座’(銀座). “저 애, 도쿄에서는 안 통했대.” 그런 소문은 금방 퍼진다. 웬지 나는 안심

62) 이는 일반적으로 일본의 응원단이 많이 입는 옷차림이다.

한다. “슬슬 날아가고 싶네.” 가게[호스티스 클럽]의 동료와 항상 이야기하지만 익숙한 저 산을 넘기에는 내 날개는 연료 부족한 데다 유통기한이 지났지……? 슬픔이 눈처럼 쌓여도 금방 녹는 아스팔트가 있으면 좋을 텐데. ‘잠들지 않는 거리’의 네온사인이라면 추운 겨울도 꿈꿨어는 밤도 끊임없이 비추어 줄 텐데.

네온가(街)는 대도회에만 있지 않아♥ 북으로는 북해도, 남쪽으로는 오키나와(沖縄)까지, 초초는 일본 각지에 생활 중! 각각 이유가 있어서 향토(地元)에서 일하면서 매일 노력하고 있어. 그런 고향사랑(地元愛) 깊은 초초의 실태를 일하는 가게와 함께 소개♥ (『소악마 아게하』 2010년 3월호에서 발췌)

이상과 같은 삶의 태도를 가장 잘 체현하고 있는 것은 『소악마 아게하』가 배출한 독자모델 중 가장 유명해진 모모에리의 경우이다. 어렸을 때 임신을 계기로 사귀던 사람과 결혼했지만 곧 이혼하고, 싱글맘으로서 아들을 부양하기 위해 시즈오카(靜岡)의 호스티스 클럽에서 일하던 그녀는 이 잡지의 창간 후에 독자모델로 일하면서 카리스마적인 인기를 얻게 되고, 현재는 액세서리 디자이너이자 회사 사장, 모델로서 다망한 날들을 보내고 있다. 흥미로운 것은, 일본 전국에서 성공적으로 사업을 전개하고 있는 그녀가 도쿄로 이사하는 대신, 자신의 고향인 시즈오카에 여전히 머물러 아이를 키우고 있다는 점이다. 자신의 지역에 밀착한 생활은 그녀에게 매우 중요한데, 실제로 도쿄에 진출할 계획이 없냐고 묻는 인터뷰에서 그녀는 “전혀 생각하지 않아요. 이 시즈오카가 좋고 내가 태어나고 자란 토지에서 아들을 키우고 싶으니까”⁶³⁾라고 단언하고 있다.

여기서 주목해야 할 점은 그녀가 여전히 자신의 고향에 머물러 있고, 싱글맘이라는 사실을 전면에 내세운다는 점⁶⁴⁾인데, 우선 전자는 『소악마 아게하』에 등장하는 독자모델들이 기사에서 사투리를 숨기지 않고 사용하는 것, 그리고 자신의 이야기와 함께 자신이 거주하는 지역과 일하는 클럽이 반드시 함께 표기되는

63) 「Girls File 02 桃華繪里」, 『BRUTUS』 661, 2009, 5, 1, 25쪽('girl's culture' 특집).

64) 모모에리는 현재 『소악마 아게하』는 은퇴하였지만, 자매잡지로 비정기 무크지인 『I Love Mama』에서 아들과 함께 패션 기사에 모델로 자주 등장하고 있고, 그 외의 대중 매체에 노출될 때도 아들과 함께 등장하는 경우가 많다.

것으로 표현되며, 앞에서 살펴본 젊은이들의 지역에 머무르고자 하는 성향을 잘 보여 주고 있다. 후자는 일견 여성으로서 실패한 것으로 보이는 이혼과 싱글맘이라는 경력을 당당히 공개함으로써 독자들의 공감을 부를 뿐만 아니라 독자들에게 친근감을 느끼게 하는 효과를 불러오고 있다.

그리고 이런 여성들의 경제적 수준을 보여 주는 것은 이 잡지에 실려 있는 상품들의 가격대이다. 호스티스의 상징인 반짝이는 스팅글이 들어간 롱드레스의 대부분이 5천 엔 이하의 저렴한 가격으로, 가장 비싼 것도 만 엔을 넘지 않게 설정이 되어 있고 여성 패션지의 상당 부분을 차지하는 패션 관련 광고를 거의 찾아볼 수 없다. 이는 화려함과 사치한 이미지로 점철된 기존의 호스티스상과는 동떨어진 부분으로, 실제 이 잡지의 독자층이 어떤 경제적 지위에 있는지를 웅변하고 있다. 직업상 꼭 필요한 옷들임에도 불구하고 이 정도 가격이 아니면 이들은 구입할 수 없는 것이다. 호스티스를 선택한 동기가 사치하기 위해서가 아니고 생활을 유지하기 위해서라는 점을 여기서도 미루어 짐작할 수 있다.

앞에서 소개한 기사에 등장한 지역에 남은 호스티스이자 독자모델 엔도 아카(遠藤綾香, 후쿠시마 거주, 21세)의 사례를 살펴보자. 고리야마(郡山)에 거주하는 그녀는 2010년 기사 당시 이미 경기가 나빠서 밤일만으로는 생계를 이을 수가 없어서 호스티스업 이외에도 부업으로 파칭코점에서 휴대용 휴지를 배부하는 일을 하고 있다. 그 전해에는 7년 형을 선고받은 복역 중의 남자친구와 옥중결혼을 했는데, 그 이유는 “지금까지 기다려 준 여자는 없었다”는 남자친구의 말에 자신의 애정을 증명하기 위해서였다고 한다. 형무소가 멀어서 한 달에 1~2회, 20분 밖에는 얼굴을 볼 수 없기에 이사를 갈까 하기도 하지만 “그와 지냈던 이 아파트에서 떠날 수 없어서” 이사하지 못한 채라고 고백한다. 그리고 무엇보다 “지금 가게에는 친구도 있고, 이웃에는 언제나 상담에 응해 주는 집주인도 살고, 일도 바쁜 데다 엄마도 이젠 마지못해 남편을 인정하고 연락을 해주기” 때문이다. 그리고 이에 첨부된 호스티스 클럽의 사진에 달린 코멘트는 “손님들은 전부 지역의 중년 아저씨들. 젊은이의 호스티스 클럽 이탈이 심각해요(웃음)”이라는 내용이다.⁶⁵⁾

『소악마 아게하』 잡지모델의 실화를 만화로 그려낸 『코믹 아게하』(Comic

AGEHA)에 등장하는 모델 메구(Megu, 후쿠이福井현 거주, 21세)의 사례 또한 전형적이다. 어릴 때 양친이 이혼하고 스낵을 경영하는 엄마와 함께 살던 그녀는 10대 후반부터 밤의 세계에서 일했지만 19세에 사귀던 남자친구의 아기를 임신해서 그와 결혼하게 된다. 그러나 가정은 돌보지 않고 바람을 피우는 남편과 크게 싸우고 나서 친정에서 아기를 낳고, 그 과정에서 다시 남편과 합치게 되지만 끊이지 않는 남편의 바람에 결국 아기를 데리고 가출한 그녀가 선택한 길은 싱글맘으로서 호스티스 일을 하면서 아기를 키우는 것이었다.

“[재혼한] 엄마에게는 새로운 생활이 있어……. 누구에게도 기대지 않고 혼자 해나갈 수 밖에 없어……. 내가 할 수 있는 건 이것(호스티스)밖에 없어. 직장 가까운 곳에 방을 빌려서 밤에는 아기를 맡기고 일하고 낮에는 가사와 육아, 잘 틈이라고 없어.”⁶⁶⁾ 인상적인 것은 아기의 아빠와 다시 시작한 그녀였지만, 큰 싸움을 하고 남편이 집을 나가 버리는 것으로 만화가 끝맺는다는 점이다. 재결합과 헤어짐을 3번이나 반복하면서 곳곳이 아기를 키워 왔지만 결국 호스티스라는 이유로 아기의 양육권을 남편에게 빼앗기고, 그럼에도 불구하고 아기를 언젠가 되찾겠다는 목표로 열심히 살아가고 있는 그녀의 삶은 안타깝고 아픈 것이다.

마지막으로 도쿄 신주쿠의 가부키초(歌舞伎町)에서 호스티스로 일하고 있는 교조 히메카(京條姫香)를 살펴보자. 이 기사에서는 기타큐슈(北九州) 유쿠바시(行橋)시 출신인 그녀의 귀향을 한 페이지에 걸쳐 소개하고 있다. 인상적인 것은 그녀가 1990년대 후반 이후 점차 사라지고 있다고 알려진 지방의 여성 양키, 즉 ‘레이디즈’의 일원이었음을 이 기사가 중점적으로 다루고 있다는 점이다. 특공복을 입은 여성들이 특유의 불량한 자세로 앉아 찍은 단체 사진이 페이지의 반을 채우고 있는데 그 중 한 여성의 품에는 빨간 운동복을 입은 갓난아기가 안겨 있다. 일견 어울리지 않는 특공복과 갓난아기의 조합은 불량한 이미지의 양키들이

65) 『소악마 아게하』 2010년 2월호, 『지방아게조 3번째♥: 후쿠시마거주 엔도 아야카』(地元age嬢3人目♥福島在住遠藤綾香), 52쪽에서 발췌.

66) 「うち、あなたのママでいたいねん: 波亂のシングルマザー物語」, 『Comic AGEHA』 101쪽에서 발췌, 東京: インフォレスト, 2008년.

좋은 부모, 성실한 지방사회의 구성원이 되었던 양키문화의 특성을 잘 보여 준다.

나머지 페이지에서는 교조가 과거 추억의 장소를 다니는 것인데 그 중의 한 사진의 설명이 흥미롭다. “친구들이 아이를 콕콕 낳는다”라는 부제와 함께 달린 설명은 “빨리 다음 세대를 낳아 기르는 사이클”과 “첫째는 물론이고 둘째예요. 유쿠바시에서는 만혼도 콘카츠(婚活)도 없어요”라는 것들이다. 이는 앞에서 살펴본 양키문화에서 전형적인 삶의 패턴으로, 호스티스들이 지닌 보수적인 가치관이 양키문화와 어떻게 연결되는지를 직접적으로 보여 주는 사례이다. 이 기사 외에도 많은 독자모델들이 명시적으로 과거 양키였다는 사실을 인정하거나 간접적으로 암시하는 내용을 서술하고 있다.

여기서 다시 『연공』으로 돌아가 보자. 앞에서 다룬 미카의 친구로 밤일에 종사하고 있는 우타의 경우도 그렇지만, 과거의 상처에도 불구하고 호스티스로 일하고 있는 『소악마 아게하』의 여성들은 강한 동시에 약하다. 겉으로는 화려해 보이는 우타는 남자친구와 헤어지지 않기 위해서 임신 중절을 두 번이나 행하고서도 너무나 좋아하기 때문에 어쩔 수 없었다고 말한다. 미카 또한 그녀를 위해서였다고는 하지만 남자친구로부터 일방적으로 이별을 통고받고, 자신의 사랑을 증명해 보이기 위해 폭력적인 성행위를 감수한 후, 히로가 강요한 팔을 담뱃불로 지지기(根性焼き)를 스스로 실행한다. 『소악마 아게하』의 한 독자모델은 처음 사귄 남자친구가 ‘남자와 눈이 마주쳤다는 이유만으로 때려서 이제 DV(domestic violence)는 안 되겠다’고 생각하면서도, “뭐, 그때는 폭 빠졌었어. 뭐라고 해도 멋졌구”라고 담담하게 과거를 돌이킨다.⁶⁷⁾

모모에리처럼 어린 나이에 결혼과 이혼을 경험하고 싱글맘으로 아기를 키우는 삶에서도 전 남편의 그림자—미련이나 원망을 포함한—는 찾아볼 수 없다. 명백히 상대방의 잘못임에도 불구하고 상대방을 원망하기보다는 이를 자신에게 주어진 운명으로 수용하는 이런 태도에서 우리는 자기 책임의 논리 및 자신에게 주어진 부당한 관계성을 수용하는 종순한 태도와 가정을 무엇보다 소중히 하는

67) 『Comic AGEHA』, 33쪽.

보수적 가치관을 엿볼 수 있다. 이는 황당무계한 전개 속에서도 결국 사랑을 끝까지 지켜내는 것으로 묘사되는 핸드폰 소설의 내러티브와도 일맥상통한다.

1990년대 일본사회를 떠들썩하게 했던 원조교제의 주인공들로 도쿄 시부야(澁谷)를 점령했던 고가루(コギャル)들은 교복을 입은 소녀라는 이미지를 성적으로 향유하고자 하는 기성세대의 이중적인 성·정조 관념을 비웃으며 그를 이용하려 했던 데 비해, 2000년대 텅 빈 지방을 지키는 이 여성들은 가정과 아기로 대표되는 작은 행복을 견실하게 지키고 더 상처 입지 않기 위해 높이 올린 머리와 화려한 드레스로 무장한 채 텅 빈 지방에서 호스티스로서 손님을 접대한다.⁶⁸⁾

5. 나가며 : 2000년대와 '불황문화' 일본

지금까지 핸드폰 소설을 출발점으로 해서 현대 일본 젊은이들의 커뮤니케이션 양상과 지방사회의 공동화와 양키문화의 소멸, 그리고 『소악마 아게하』로 대표되는 호스티스에 대한 관심이 무엇을 의미하는지 살펴보았다. 우선, 일본사회에서 핸드폰은 인터넷 이용의 핵심적인 도구이며 인터넷 환경이 정비되어 있지 않은 지방에서 보다 그 중요성이 크다고 할 수 있다. 한편, 핸드폰 소설이 갖는 '리얼함'은 그 내용과 형식적 특성(극단적이고도 진부한 전개, 개인의 고백담, 지방사회의 정경, 극단적으로 짧은 문장 등)뿐만 아니라 장면 장면에서 묘사되는 핸드폰을 매개로 한 커뮤니케이션 양태의 현실성에서도 기인한다는 사실이 밝혀졌다. 그리고 이런 핸드폰 소설은 도쿄를 중심으로 팔리는 다른 일반 소설과는 달리 대형 서점 체인을 통해 전국적으로 판매되며, 이는 핸드폰을 매개로 한 인터넷 이용이 지방에서 보다 활발한 것과 밀접하게 연결되어 있다.

물론 이상의 논의는 핸드폰을 통한 인터넷이 지방 젊은이들의 전유물이라고 주장하는 것은 아니다. 사실상 핸드폰은 일본사회에서 있어 모든 세대에 걸쳐 필

68) 이러한 여성들의 보수적인 태도에 관해서는 양키문화 내부의 여성들, 즉 '레이디즈'(レディズ)라고 불렸던 이들의 남존여비적 성향과 관련짓기도 한다. 보다 자세한 것은 하야미즈의 책(速水健朗, 『ケータイ小説的: "再ヤンキー化" 時代の少女たち』)을 참조하라.

수불가결한 것이 되어 가고 있고, 이것이 커뮤니케이션과 친밀성에 있어 큰 변화를 가져왔다는 점은 자명하다. 그러나 핸드폰 소설의 작가와 독자층이 젊은 여성이라는 사실, 그리고 핸드폰 소설의 인기가 일본사회 전체에 공통된 것이 아니라, 특정 세대 및 특정 계층에 의해 지지된 것 또한 지적되어야 할 필요가 있다. 그리고 이 집단은 도심보다는 교외와 지방사회에 많으며, 그리고 젊은 여성이 많다는 점, 핸드폰 소설의 배경 자체가 이런 교외 및 지방사회라는 점에 이 글은 주목하였다.

1990년대 중반 이후, ‘패스트풍토화’로 상징되는 지방경제의 붕괴는 지역을 기반으로 했던 하위문화로서 ‘양키문화’의 쇠락을 불러왔다. 한때는 불량청소년이었으나 성인이 되면 건실한 남편이자 가장으로 지방사회에 뿌리내렸던 양키들이 갈 곳을 잃으면서, 과거에는 이들의 아내이자 엄마로서 살아가기를 선택했던 지방의 여성들은 그보다 더한 경제적 상황에 내몰렸다. 과거에도 경제적 상황으로 인해 어쩔 수 없이 밤업소에 취직을 했던 여성들은 존재했을 것이다. 그러나 일본사회 전반에 걸친 경제불황의 여파로 인해 악화된 지방경제는 과거에 비해 더 많은 여성들을 이 선택지로 몰아넣었고, 이 과정에서 호스티스는 오히려 가장 현실적인 직업 중의 하나로 대두하게 되었다. 공중파TV에서 인기를 얻으며 방영되었던 호스티스·호스트를 소재로 한 드라마나 같은 소재를 다룬 핸드폰 게임의 인기는 이런 현상을 직접적으로 반영하고 있다.

호스티스라는 특수한 독자층을 상징하고 만들어진 『소악마 아게하』가 다른 여성지와 같이 30만 부 이상의 판매고를 올리고 있다는 사실은 단순히 호스티스층의 수적인 증가라기보다는 이 잡지가 보여 주고 있는 삶의 태도 및 스타일에 일반 대중이 공감하고 있고, 이 잡지가 그를 매개하는 미디어로서 작용하고 있다는 사실을 보여 준다.⁶⁹⁾ 하이미즈는 이를 ‘불황문화’(デフレカルチャー)라 이름 붙이

69) 호스티스 스타일의 대중화를 직접적으로 증명하는 것은 일본 캐릭터산업의 대표라고 할 수 있는 헬로키티(Hello Kitty)가 모모에리와의 협력을 통해 만들어 낸 콜라보레이션 상품이다. 2009년에 발매된 이 인형은 헬로키티가 호스티스 풍 드레스와 호스티스의 상징인 올림머리 차림을 하고 있는데, 일본 전국의 세븐 일레븐(Seven Eleven)에서 판매되어 큰 인기를 끌었고, 해외의 헬로키티 팬들에게도 인기를 끌었다고 한다.

면서, 2010년 현재 30세 미만인 세대를 ‘태어났을 때부터 불황이었던 세대’로 규정한다. 『소악마 아게하』에서 드러나는 삶의 태도는 반짝이고 화려한 겉모습과는 달리 검소하고 절약하는 것이며, 이들에게 있어 호스티스라는 직업은 일부를 제외하고는 대부분 현재의 삶의 질을 간신히 유지하기 위한 수단에 불과하다는 것이다.

실제로 『소악마 아게하』의 독자모델들이 가감 없이 구어체로, 때로는 사투리로 고백하는 자신의 과거는 평탄과는 거리가 먼, 굴곡으로 가득 차 있는 이들의 삶을 반영하고 있고, 이것이 호스티스가 아닌 일반 독자들의 공감을 얻는 계기가 되고 있다. 핸드폰 소설 또한 그러한데, 황당무계하고 진부한 내용임에도 불구하고 친구에게 고백을 하는 듯한 스타일을 통해 시간과 공간의 제약을 넘어 자신과 같은 처지에 있는 여성들의 아픔을 나누고 공감한다는 의미에서 ‘리얼’한 매체라고 할 수 있다.⁷⁰⁾ 픽션과 사실이라는 차이, 그리고 핸드폰과 종이매체라는 독자들을 매개하는 테크놀로지의 차이에도 불구하고 지방과 교외의 젊은 여성이라는 공통되는 사회집단에 의해 향유되는 매체로서, 핸드폰 소설과 『소악마 아게하』는 같은 하위문화의 다른 측면을 보여 주고 있는 것이다.

70) 이는 문화현상으로서 최근 유행하는 ‘트라우마 고백하기’(トラウマ語り)와 밀접하게 연관된다. 지면상 이 부분에 대해서는 다룰 수 없었으나 일본에서 개인의 극한적인 체험담을 출판하여 인기를 얻는 사례가 1990년대 중반 이후 다수 보고되고 있다는 점을 부기해 둔다.

국문초록

소토코모리, 일본 밖을 떠도는 젊은이들 : 시대의 폐색으로부터 탈출, 혹은 신자유주의의 희생양? | 권숙인

투고일자: 2011년 6월 15일 | 심사완료일자: 2011년 7월 5일 | 게재확정일자: 2011년 7월 21일

이 글에서는 현재 일본사회에서 문제가 되고 있는 소토코모리 현상에 대해 살펴보고 그것이 갖는 의미를 고찰한다. 소토코모리는 일본 밖, 특히 ‘아시아’로 나가 은둔(“진성 소토코모리”)하거나 장기간 아시아 각지를 떠도는 일본의 젊은이들(“침몰형 배낭여행자”)을 지칭한다. 어느 경우가 되었건 일본의 주류 사회, 혹은 규범화된 삶의 방식에 적응하지 못하거나 그것을 거부한 젊은이들이다. 여기서 말하는 일본의 주류 사회란 학력사회, 기업사회, 노동자 윤리로 짜인 전후 일본의 사회시스템을 지칭한다. 좀더 구체적으로 살펴보면 소토코모리가 되는 배경에는 청년기 이행에 실패하거나 경쟁에서 낙오한 사람들의 자폐적 도피, 방황하는 청춘의 자아 찾기, 일본적 모더니티가 초래한 폐색, 신자유주의적 고용 구조의 확산, 일본사회의 관계적 특수성 등 스펙트럼이 다양하다. 물론 이들은 서로 겹치며 일부 일본의 젊은이들로 하여금 아시아를 찾게 했을 것이다. 흥미로운 지점은 이 젊은이들이 향하는 곳이 ‘아시아’란 점이다. 이때 말하는 ‘아시아’는 근대화가 덜 되었고 분위기가 느슨한 동남아시아의 도시들이며, ‘아시아’에 일본이 포함되지 않음은 물론이다. 일본적 모더니티의 안티테제로 설정된 ‘아시아’에서 치유와 구원을 구하는 일본 젊은이들의 태도에서는 분명 오리엔탈리즘의 혐의가 읽히지만, 소토코모리의 아시아 지향이 내포하고 있는 일본사회에 대한 비판의 가능성 또한 명백하다. 요컨대 90년대 이후 침몰형 배낭여행자의 등장과 최근 소토코모리의 출현은 한편으로는 불황과 구조조정 속에 일본 젊은이들이 느끼는 불안과 좌절에 덧붙여 전지구화가 일상이 되어 버린 고도 현대가 개인에게 끊임없이 강요하는 성찰적 자아기획의 압력, 나아가 동아시아의 압축적 모더니티가 초래한 혼돈이 작용한 결과라 할 수 있다.

주제어: 소토코모리, 침몰형 배낭여행자, 청년기 이행, 일본적 모더니티, 신자유주의적 구조조정, 성찰적 자아기획

공동화된 지방사회와 젊은 여성들 : 핸드폰 소설, 『소악마 아게하』, 그리고 ‘불황문화’ | 김효진

투고일자: 2011년 7월 1일 | 심사완료일자: 2011년 7월 12일 | 게재확정일자: 2011년 7월 21일

본 논문에서는 하야미즈 겐로의 분석(2008)에 기대어, 2000년대 이후 핸드폰 소설과 호스티스 잡지인 『소악마 아게하』를 교외와 지방에 사는 젊은 여성들의 삶과 그들이 향유하는 하위문화를 표현하고 있는 매체로 규정하고 이를 현대의 커뮤니케이션 양상 및 지방의 하위문화로 잘 알려진 80년대 양키문화와의 관련 위에서 고찰한다. 소설 『연공』에서 등장하는 핸드폰에 관한 기술은 현대 일본 젊은이들에게 일반화된 커뮤니케이션

선의 특징을 충실히 반영하고 있다는 점에서 ‘리얼’하며, 특히 이런 핸드폰 소설은 도심 부보다는 교외와 지방의 표준화된 대형 쇼핑몰, 대형 서점에서 인기를 끌고 있는데, 이는 버블 붕괴 이후 일본 지방사회의 공동화를 상징하는 현상이기도 하다. 역 앞 상점가로 대표되는 지방에 토대를 둔 불량문화로서 양키문화 또한 버블 붕괴 이후 지역경제의 붕괴와 함께 점차 그 힘을 잃어 갔고, 이는 지방 여성들의 유일한 취직처로서 호스티스 클럽의 대두를 가져왔다. 『소악마 아게하』의 인기로 대표되는 호스티스라는 삶의 방식은 젊은 세대의 도덕적 타락을 의미한다기보다는 경제적 토대를 상실한 여성들의 어쩔 수 없는 선택이라는 측면이 더 강하며, 이는 2000년대 이후 ‘불황문화’ 속에서 자라난 젊은 세대, 특히 그 타격을 보다 강하게 받은 지방의 젊은 여성들이 만들어 낸 하위문화로 볼 수 있다. 핸드폰과 종이매체라는 테크놀로지의 차이에도 불구하고, 지방과 교외의 젊은 여성이라는 공통되는 사회집단에 의해 향유되는 매체로서, 핸드폰 소설과 『소악마 아게하』는 같은 하위문화의 다른 측면을 보여 주고 있는 것이다.

주제어: 핸드폰 소설, i-모드, 불황문화, 양키문화, 『소악마 아게하』, 교외, 지방, 공동화

무능현실 전능예술의 역설 : 오타쿠 문화와 무라카미 다카시로 본 일본 | 김민수

투고일자: 2011년 7월 4일 | 심사완료일자: 2011년 7월 12일 | 게재확정일자: 2011년 7월 21일

이 글의 목적은 최근 후쿠시마 원전사고를 계기로 일본 오타쿠 문화와 팝아트 작가 무라카미 다카시의 예술세계를 통해 오늘날 일본 대중문화와 예술이 처한 내면풍경을 조명하는 데 있다. 흔히 무라카미를 일컬어 “오타쿠 출신의 일본 팝아티스트”라 소개한다. 여기서 오타쿠의 개념은 무엇을 말하는가? 그는 어떤 성장 배경과 이론적 기반을 통해 세상에 알려지게 되었으며, 그의 작업이 지니는 비평적 의미는 무엇인가? 이러한 내용들이 오늘날 ‘잃어버린 20년’의 일본사회와 대중문화에서 함의하는 바는 무엇인가? 무라카미는 1962년에 태어나 오타쿠 1세대로 성장했지만 그의 세계는 오타쿠의 세계와 구분된다. 그는 현대미술 팝아트와 사업 사이의 경계를 넘나들며 일본 오타쿠들의 문물과 행위를 상업화시켜 큰 성공을 거둔 인물이다. 그는 오타쿠 작가로서 한계에 직면해 다른 길을 모색하는 과정에서 전통 일본화와 미술사를 제대로 공부할 필요성을 절감했다. 학위를 마친 후 미국 뉴욕에서 미술시장의 작동원리를 체험하면서 그는 우키요에, 망가, 애니메이션, 게임 등 일본 특유의 문화체계를 팝아트로 대변되는 서구 미술사의 문맥에 얹어 놓는 일을 모색하기 시작했다. 여기서 그는 일본의 오타쿠 문화야말로 세계에서 유일하게 일본에만 존재하는 이른바 ‘일본다움’의 확실한 원천이자, 새로움의 충격을 줄 수 있는 고유한 자산이라 여겼다. 팝아트와 오타쿠를 결합한 전략 ‘포쿠’(POKU)와 소비문화의 덧없는 소모성과 알파함을 적극적으로 차용하기 위한 ‘수퍼플랫’(Superflat)은 이러한 과정에서 주조되었다.

무라카미의 작업은 오타쿠 문화를 팝아트와 결합시켜 폭식적 욕망을 토해 내는 노골적인 발상이 특징이다. 이러한 전략 이면에는 오늘날 미술시장의 변화된 지배 구조가 존재한다. 이 점에서 그는 일본 오타쿠계의 문물을 현대미술계에 내다 파는 ‘수출업자’ 내지는 ‘브로커’와 같은 ‘업자’로 비난받기도 한다. 반면 무라카미는 오타쿠 문화를 패전

'Sotokomori': Escaping from the Blockage of Japanese Modernity or Scapegoats of Neoliberalism? _ KWEON Suk In

This paper reviews and explores the group of young Japanese people who are referred to as 'sotokomori'. Sotokomori are the young Japanese who migrate out of Japan into 'Asian' cities in order to lead an idle and secluded life ("genuine sotokomori"), or those who wander about Asian countries for an extended period of time ("sunken backpackers"). Whether they are 'genuine sotokomori' or 'sunken backpackers', sotokomori are the people who either rejected or could not adjust to the way of life that has been established as 'normal' in the post-war Japanese society. There are several social and personal backgrounds for them to become sotokomori; failure to bridge oneself from school to work environments, falling behind in competition, the quest for self-identity, suffocation from Japanese modernity, expanding neoliberal employment structure, and stress from personal relationships. What is interesting about sotokomori movement is the fact that their destinations are within 'Asia', especially the towns and cities of Southeast Asian countries that are less modernized and more 'relaxed' in the atmosphere than Japan. Asia does not include Japan by definition of this context. There is a sense of orientalism among those young Japanese people who head out to the Asian cities in search of emotional healing and psychological salvations from the Japanese society, for these 'Asian cities' supposedly symbolize the antithesis of Japan's modernity. At the same time, the emergence of 'sunken backpackers' since the 1990s and the recent rise in the number of sotokomori can be best understood as the epitome of their anxiety and frustrations toward Japan's prolonged economic recession and industrial restructuring, which evidently have created highly-elevated pressure for reflexive project of self-making as well as the chaos caused by the compressed Japanese modernity.

Keywords : sotokomori, sunken backpackers, transition to adulthood, Japanese modernity, neoliberal restructuring, reflexive project of self-identity

Young Women in the Empty Country: Cellphone Novels, *Koakuma Ageha*, and the 'Depression Culture' in Contemporary Japan _ KIM Hyo Jin

In this paper, on the basis of Hayamizu's analysis on cellphone novels(2008), I examine cellphone novels and *Koakuma Ageha*, a magazine specialized for 'hostess', as the media that reflects the subculture as well as the everyday life of the young women in the secluded suburbs in the 2000s. And I will also address the development of new communication and how the influence of Yankee culture of the 80s are represented in those media. *Koizora*, one of the most famous cellphone novels, describes the use of cellphones in a very realistic manner, faithfully reflecting the characteristics of

communication through cellphone usages. It is important to note that these cellphone novels are more popular in large-scale shopping malls and bookstores in the suburban areas than they are in the urban centers, alluding its relations to the depressed local economy after the collapse of the bubble economy. The decline of the local economy has led to both the weakening of Yankee culture as subculture as well as the emergence of hostess clubs as employment opportunities for the young women in the suburbs. As shown in the analysis of *Koakuma Ageba*, some young women in the suburbs do not see much choice but to become hostess in order to make a living, due to the ever-shrinking employment opportunities. The popularity of *Koakuma Ageba* reflects the changing nature of suburban subculture that is heavily influenced by the economic depression after the 1990s. In spite of the apparent differences in technology—cellphone and prints—, both cellphone novels and *Koakuma Ageba* deal with the same subculture shared by the young women residing in the empty suburbs and country areas.

Keywords : cellphone novels, i-mode, depression culture, Yankee culture, suburbanization, country, doughnut phenomenon

A Paradox of Impotence Reality and Almighty Art: Japan as viewed by Otaku Culture and Takashi Murakami _ KIM Min Soo

The purpose of this article is to uncover the inner scape of Japanese art and popular culture through the investigation of Japanese Otaku culture and pop artist Takashi Murakami's world. Murakami is known as "a Japanese pop artist who stemmed from Otaku". This paper asks various questions like, what is the meaning of Otaku in relation to Murakami? What kind of backgrounds, strategies, tactical issues are activated in his artworks? What is the critical meanings of his works? What kinds of connections can we find between Murakami's works and Otaku culture? And finally, what do these inquiries denote on 'Two Lost Decades' in Japanese society and popular culture?

Murakami was born in 1962 and grew up as the first generation of Otaku. But his works differ from those of Otaku. He bridges the worlds of pop art and business and he is well-known for the commercialization of the Japanese Otaku culture and practice. After graduating from Tokyo University of the Arts(TUA), he spent some time in New York in 1994 where he learned about the art industry and how to utilize his knowledge of Western art and integrate it into Japanese traditional arts like Ukiyo-e as well as the contemporary arts like manga and anime. He also came to a resolution that the Otaku culture should be the source of unique 'Japanese-ness' that brings about the new phenomena. In doing so, he developed the strategy of 'POKU'—combination of Pop art and Otaku culture—along with the concept of 'Superflat'.

Murakami's artworks are characterized by his quite explicit statement that captivates the market. Behind his entrepreneurial march towards the contemporary art market, there is an ongoing structural changes in the art world. This is the reason why he has been criticized as a broker or an exporter of the Otaku culture who sells products to the contemporary art world. On the other hand, Murakami considers the Japanese Otaku