일본어와일본문화

216024xx 일본어일본학과 최x진

대중문화의 정의

대중문화란, 일반 대중에게 널리 애호받는 문화를 말한다.

ポピュラーカルチャー（popular culture）、ポップカルチャー（pop culture）、マスカルチャー（mass culture）라고도 불린다.

일본의 대중의 형성과 대중사회

1. 근대국민국가가 성립하고 신분제가 폐지됨

2. 교육과 언론의 발달로 문화의 생산 및 소비구조 형성

3. 복제기술의 발달로 문화의 대량 생산과 대량소비가 가능해짐

일반적으로 대중이 형성되는 시대 배경으로는 농경사회에서 산업사회로 이행한 농촌 지역에서 도시로 인구 유입, 도시에서 노동자 계급의 성립을 전제로 하지만, 대중사회의 출현은 그에 더해, 자본주의 시스템을 유지하는 관료화, 상품의 대량생산·판매·소비에 의한 생활양식의 획일화, 정보자본으로 발전하는 언론•교통자본의 발달을 조건으로 하고, 그 결과 도시화와 도시 중산층의 증대와 지역사회의 약화를 초래하며, 관료화의 진행에 따른 파워 엘리트에 대항하는 대중민주주의의 발현을 낳는 것으로 평가된다. 말하자면 대중은 민족 언어 문화의 '통일'을 지향하는 근대 국민국가 형성기의 도상에 출현한 것이다. 이러한 대중의 출현은 그 이전의 '민중'과는 명확히 구별되는 것으로, 자본주의 시스템의 핵심인 부르주아에 의해 독점되고 있던 부의 재배분과 노동자의 장시간 노동에서 효율적 노동에 대한 대우의 변천에 대응하는 것이다.

부르주아와 노동자 계층의 역학관계는 당시 정부의 정책에 직접 반영돼 대중의 생활수준 향상, 국민교육 보급, 여가시간 증가, 정신적 부의 저렴화, 지식 교양 정보의 일반화 등 대중문화 발현의 조건을 추진하게 된다.

- 일본의 근대화와 대중문화의 발현

제1차 세계대전(1914~1918)으로 일본은 기본 물자의 수입을 제한할 수밖에 없었고, 따라서 결과적으로 국내 산업을 현저하게 성장시키지 않을 수 없게 되었다. 메이지시대 이래, 「부국강병」의 슬로건 아래 공업화를 진행시켜 온 일본은, 다이쇼시대 초기에는, 경공업 단계부터 중화학공업, 해운업, 은행업을 기둥으로 하는 산업보국 시대에 이르렀다.

「부국」의 기초인 중화학공업, 그것을 지탱하는 전력생산, 국철의 전국 철도망 발전, 그리고 도쿄, 오사카를 중심으로 하는 도시교통권이 확립되어, 휴가·휴일이 정해져 월급쟁이가 된 도시생활 활자의 기본적 생활환경이 정비되었던 것이다.

이러한 '산업화'는 동경대정박람회(1914)를 통해 거대도시계획과 함께 다가올 미래도시의 서민생활을 풍요롭게 하는 이미지와 결부되었다. 산업화는 생활품에도 새로운 물결을 일으켰다. 유산음료 카르피스, 모리나가 밀크 카라멜 등의 기호품이 신문, 잡지 등의 광고선전에 실려서 가정에 들어가고, 번화가에 세워진 백화점에는 양복부터 비누까지 생활필수품이 넘쳐나고, 돈이 있으면 레스토랑에서 카레라이스, 고로케, 오믈렛 등의 양식을 먹고 카페에서 커피를 마실 수도 있고 슈크림, 바움쿠헨 등 양과자도 먹을 수 있게 되었다. 특히 오사카에서는 한큐전철이 개척한 노선의 기점에 백화점과 레저시설, 가극장을 만들고 연선에 도시 중산층을 거주하게 하는 새로운 거리 조성이 현실화되었다. 월급 생활자가 직장에 철도를 타고 다니고 휴일에는 철도를 타고 백화점에 쇼핑이나 식사, 레저시설에 놀러가는 생활방식이 생겨난 것이다. 오사카의 성공을 바탕으로 도쿄에서도 세이부를 중심으로 하는 하코네를 무대로 하는 대규모 노선 개발이 진행되게 되다.

이와 같은 생활의 물질적 문화기반이 형성되면서 사람들은 동시에 정신적인 문화 을 찾아 가게 된다. 언론과 기업의 스타업으로 초기 매스프로덕션에 의한 신문, 잡지, 영화, 라디오 방송이 보급되고 서민이 정보를 교환할 수 있는 카페가 공공 공간으로 나타나면서 '정보'가 미디어에서 서민에게도 들어오게 되었다. 그러나 물질문화가 대중화되고 정신문화도 '문화상품'으로 대중화되기 시작하여 결국 '보도의 중립화'라는 이름으로 국가권력의 '미디어' 개입이 눈에 띄게 되었다

1. 중간계층의 출현

1920년대 일본은 산업화가 진전되고 자본주의가 발전함에 따라 도시화가 급진전 되었다. 1920년, 도시에 사는 인구가 1,000만 명에 달하였고 1932년 도쿄는 근교 지역을 합병하여 500만 명이 넘는 인구가 사는 ‘대도시’가 되었다. 특히, 오사카는 1903년, 당시 인구가 100만 명 정도였으나 1925년, 210만 명을 넘어섰다. 대기업이 다수 증가하여 대기업에 종사하는 중간계층이 계속 증가하여 하나의 사회계층이 되었다, 이들 중간계층은 소비문화를 주도하면서, 일본은 본격적인 ‘대중사회’로 진입하였다. 여기서 말하는 중간계층이란 화이트칼라, 샐러리맨을 뜻한다. 중간계층이 증가하면서 전업주부도 탄생하였다. 도쿄, 오사카 등 대도시에서는 취업하지 않고 가사에만 전념 하는 전업주부가 증가하였으며, 전업주부 비중은 공무원이나 은행원 등 대부분 중간계층에서 나타났다. 또한 서양문화의 영향을 받아 옷이나 외모적으로 특징을 보이는 모보(모던 보이), 모가(모던 걸) 라고 불리는 젊은 남녀들이 생겼다.

2. 대중소비공간의 탄생과 미디어의 발달

전시기의 대중문화

군국주의와 전쟁 발발 – 만주사변(1931), 중일전쟁(1937), 태평양전쟁(1941)

그에 따른 징병/징용 , 소비 억제와 생활필수품의 배급

태평양정쟁으로 인하여 대중문화 통제

신문 − 언론통폐합

방송 – 프로그램 통제, 전의 고양, 전황 보도, 군가와 군국가요

영화 – 검열과 국책선전영화, 오락물 금지

점령하의 대중문화

1. 전시체제 부정 – 천황의 인간선언(1946), 군국주의 금지, 미국식 민주주의

2. 제도의 변화 – 통제폐지, 검열실시, 공직추방, 레드퍼지

3. 대중문화의 민주화 – 대중문화의 자유화 조치, 방송-청취자 참여 프로그램, 영화-민주주의 작품

고도경제성장기와 대중소비문화

1. 풍요의 시대 한국전쟁 특수로 전전수준 회복
2. 패전과 식민지 상실, 페허 속에서 기적적으로 부활 (japanese miracle 동양의 기적), 한국전쟁 특수로 전전수준 회복
3. 1868년 GNP(국민총생산) 세계 2위
4. 경제적 성공의 배경

- 높은 교육수준으로 인한 양질의 값싼 노동력

- 높은 저축률과 안정된 투자

- 수출에 유리한 엔저와 유가안정

- 관민일체의 발달한 기술력

- 소비의욕의 확대 등

2. 생활의 변화

1) 패전 직후 미국 중산층에 대한 동경, 고도성장으로 내구소비재의 확산

2) TV와 가전제품

컬러TV,냉장고, 세탁기, 에어컨, 자동차

3) 마이카 마이홈 시대 : 1960년대 후반

도요타 “코로나” , 닛산 “블루버드”

도쿄올림픽을 계기로 전국의 고속도로망 정비

해외여행자유화 -> 여가생활의 확산

3. 태양족과 단카이 시대

베이비붐 : 1947-49 3년간 800만 이상 출생

학생운동과 청년문화 (전공투, 청바지, 장발, 포크송, 락음악)

고도소비사회

신인류의 등장

– 1960년대 출생 1980년대의 젊은이 탈정치적 경향

“원하는 것은 무엇이든지” 사교적, 감성적, 개인주의적(“나”에대한 관심)

패션, 여행, 먹거리, 레저에 관심

고도정보화사회

1. 버블 붕괴 이후의 마이너스 성장

장기불황과 “잃어버린 10년”

노령사회, 격차사회(양극화), 청년실업, 비정규직(파견사원)

네트난민, 워킹푸어

2. 정보화사회와 미디어의 다양화

신자유주의와 글로벌화

휴대폰과 인터넷, SNS

오타쿠와 히키코모리의 확산

일본의 신문과 잡지

1. 일본 신문의 역사

1) 초기의 신문(~19세기)

– 가와라반(瓦版)-1615년경 오사카

→ (요미우리(読売), 쓰지우리에소시(辻売り絵草紙)

– The Nagasaki Shipping List and Advertiser (나가사키 선적리스트와 광고) 1861년(주2회 발행)

– 『관판바타비야신문(官版バタビヤ新聞)』(1862) 일본어로 만들어진 최초의 신문

『야반세뉴스(Javasche Courant)』라는 바타비야 관청의 기관지를 번역해 23호까지 발행

→ 『관판해외신문(官板海外新聞)』

2) 본격적인 신문의 등장

– 『요코하마마이니치신문(横浜毎日新聞)』 (1870)-일본 최초의 일간지

『도쿄일일신문(東京日日新聞)』(1872년)

『교추신문(峡中新聞)』(1872)-현존하는 가장 오래된 지방지

– 자유민권운동의 정치적 주장 (정부의 탄압) → 사건, 사고 등의 뉴스

– 청일전쟁, 러일전쟁의 보도를 계기로 신문의 현대화

3) 신문의 대중화

– 1923년 관동대지진으로 도쿄내 대부분의 통신망 단절

→ 『오사카아사히신문(大阪朝日新聞)』

『오사카마이니 치신문(大阪毎日新聞)』의 급성장 (제1차세계대전, 관동대지진과 같은 대사건 신속보도)

– 1930년대 『도쿄 아사히신문』, 『도쿄일일신문』, 『요미우리신문』등 판매부수를 100만부 이상

→ 신문의 대중화 시대

– 다이쇼(大正)천황 즉위, 쇼와(昭和)천황 결혼식 등 황실을 둘러싼 소식

여가 생활 선용, 오락에 대한 지면의 증가, 연재소설, 4컷 만화

2. 일본 신문의 종류와 발행부수

1) 신문의 종류

1. 내용

일반지 – 모든 분야의 뉴스를 전반적으로 다룸

전문지 – 스포츠신문, 경제신문, 경마신문, IT신문 등 특정분야를 다룸

2. 발행형태

월간지, 일간지, 주간지, 석간지

3. 지역

전국지(중앙지) – 5대지

『요미우리신문(読売新聞)』(1874)『아사히신문(朝日新聞)』(1879)

『마이니치신문(毎日新聞)』(1872)『산케이신문(産経新聞)』(1933)『니혼케이자이신문(日本経済新聞)』(1876)

블록지 – 『홋카이도신문(北海道新聞)』

『주니치신문(中日新聞)』『서일본신문(西日本新 聞)』

지방지 – 『니이가타일보(新潟日報)』 『교토신문(京都新聞)』『고베신문(神戸新聞)』

\* 교도통신(共同通信 )/ 지지통신(時事通信)

3. 일본 신문의 최근 경향

1) 문자해독율과 신문의 보급

– 에도시대의 체계적인 교육 → 무사계급 중심

– 메이지 이후 교육령, 의무교육 → 러일전쟁 후 취학율 90%

– 다이쇼 이후의 중등교육 강화 → 활자문화의 활성화와 대중문화 주도

2) 신문의 역할

– 초기 : 정부 비판

– 전쟁 시기 : 정책 선전

– 패전후 : 일본의 재부흥 선도

2) 신문 왕국 일본

– 『요미우리』1000만부 / 『아사히』800만부 / 『마이니치』400만부

– 인터넷판의 특징

– TV, 신문, 잡지, 인터넷, 라디오의 순

1. 일본 잡지의 역사와 특징

1) 일본의 출판 문화 - 출판왕국, 번역왕국, 잡지왕국

– 일본인의 독서 습관과 번역 문화

– 각종 문고판과 잡지의 보급

– 출판업 종사자의 수준

2) 잡지의 역사

\* ‘magazine’의 번역어 ‘잡지(雑誌, ざっし)’

– 메이지시대-야나가와 슌산(柳河春三) 『서양잡지(西洋雑誌)』

(일본 최초의 본격적인 잡지, 1867년 10월)

– 다이쇼시대 - 지식인을 대상으로 한 문학동인지나 평론잡지가 주류

– 쇼와시대 - 발행 부수도 급증, 총 발행 부수가 약 50억 권

3) 일본 잡지의 특징

– 천문학적인 발행부수

– 연령, 성별, 계층별 다양성과 전문성

– 판매와 유통

2. 일본 잡지의 유통 및 광고

1) 유통

– 서점, 역 가판대, 편의점 등의 소매점과 고서 점 판매

– 택배와 e-book

– 잡지와 광고

2) 잡지를 둘러싼 환경 변화와 살아남기 전략

– 4000종 이상의 잡지 중 절반이 휴간 폐간

– 부록 끼워주기 마케팅 방법

– 인터넷에서 유료 서비스

1926년 문학전집 등을 한 권에 1엔으로 파는 엔폰(円本)을 판매하기 시작했고, 이와나미 문고(岩波文庫)가 등장하여 저가 · 대량출판의 선구가 되었다. 강담사(講談社)는 1920년대 출판활동을 주도하여 오락잡지를 비롯 부인잡지, 소년소녀잡지 등의 잡지를 발간하여 잡지왕국으로서의 지위를 확고히 하였다. 특히 강담사는 잡지 《킹》을 창간하고 백만잡지를 목표로 대대적인 캠페인을 전개하였다. 창간호에는 74만 부, 2년째는 150만 부를 판매하여 대량의 발행부수를 기록했고, 이 시기를 대표하는 국민잡지가 되었다.

일본 만화

1. 일본 만화의 역사

– 만화의 기원

도바소죠 가쿠유 <조수인물희화>

1) 만화의 탄생

– 만화(漫畵)’라는 용어 ‘만필(漫筆)’에서 유래. 폰치(ポンチ), 도바에(鳥羽絵), 광화(狂画), 희화(戯画) \*1814년 가쓰시카 호쿠사이(葛飾北斎, 1760-1849)의 호쿠사이망가(北斎漫画

이마이즈미 잇표(今泉一瓢, 1865~1904) ‘caricature’ ‘cartoon’의 번역어로.

기타자와 라쿠텐(北澤楽天, 1876~1955) ‘cartoon’ ‘comic’의 번역어로.

🡪 manga

– 영국의 풍자만화 잡지 Punch(1841-1995)

– 『재팬 펀치』(ジャパン・パンチ, 1862-87)

2. 일본 만화의 전개

– 기타자와 라쿠텐 『시사신보』(時事新報)에 입사하여 풍자만화 그림. 『도쿄 팟쿠』(東京パック)

창간(1905). 직업만화가 제1호.

– 오카모토 잇페이 의 활약

<아사히신문> 만화기자. 만화에 문학성을 가미해 장편 스토리 만화 개척

– 1915년 일본 최초의 만화가 단체 도쿄만화회 결성

일본만화의 현황

1) 일본 만화 시장의 규모

세계 1위의 만화 왕국

1년 15억부 출판/ 전체 출판의 30%,

– 시장규모 5조원 (한국 6,000억, 프랑스 2,500억, 미국 2,600억)

– 애니메이션, 캐릭터, 게임, 드라마, 영화 등 다른 콘텐츠와 연계

만화의 종류

– 독자층 : 유년만화, 소년만화, 소녀만화, 청넌만화, 여성만화, 성인만화

– 출판형태 : 만화잡지, 단행본

– 내용 : 학원,조폭,판타지,SF,공포,연애,스포츠,음악,요리,추리

– 표현형식 : 코믹, 1페이지만화, 4컷만화, 1컷만화, 웹코믹

2) 주요 만화출판사들

1. 고단샤, 슈에이샤, 쇼가쿠칸, 아키다쇼텐, 등 180여 개사

2. 어린이 잡지에 만화게재 🡪 all만화잡지(1969년대)

대기업-막대한 자본으로 시장에 활력 부여

중소기업-전문만화로 다양성을 추구하며 활로 모색

3. 일본 만화의 성장요인

– 드래곤볼(ドラゴンボール)』(1984-95) 일본 1억 6천만 부, 세계 2억 3천만 부

– 『슬램덩크(SLAM DUNK)』(1990-96) 일본 1억 2천만 부

2. 내용의우수성

탄탄한 스토리 구성, 풍부한 그림과 글의 재미, 내용의 다양성, 그 배경에는 문학적 상상력과 같은 문화 콘텐츠의 저력

3. 보급 방식의 발달

\* 만다라케(まんだらけ)

– 만화 전문 중고 서점, 도쿄 등 전국에 11개 지점

일본의 만화 문화와 그 특징

1.) 만화 독자층의 확대

– 단카이세대(제 2차 세계대전 종전 직후)

독차층의 성장과함께 발달

1950년대 어린이 🡪 60년대 대학생 🡪 70년대 성인으로 확대

– 대학내 만화연구회와 만화 동인지

2) 만화 동아리

Comic market : 코미케

아마추어 주도의 만화 문화

Comic city : 기업 주도

– 코스튬 플레이(코스프레)의 전개

코스프레란 ‘복장’을 뜻하는‘코스튬(costume)’과 ‘놀이’를 뜻하는 ‘플레이(play)’의 합성어이다. 일본어로 코스프레(コスプレ)라고 하며 영어로는 코스플레이(cosplay)라고도 한다. 청소년들이 좋아하는 대중스타나 만화주인공과 똑같이 분장하여 복장과 헤어스타일, 제스처까지 흉내내는 놀이이다. 만화와 게임캐릭터를 친구로 삼아 성장한 캐릭터세대의 대표적 문화이다. 이 놀이는 원래 영국에서 죽은 영웅들을 추모하며 그들의 모습대로 분장하는 예식에서 유래하였다. 그뒤 미국에서는 슈퍼맨이나 베트맨과 같은 만화캐릭터들이 입은 의상을 입는 축제가 유행하였고, 이것이 일본으로 넘어오면서 만화나 영화, 컴퓨터게임 주인공들의 흉내내기로 확대되고 대중화되었다.

한국에서는 1995년부터 시작되어 만화, 영화, 연예인, 컴퓨터게임 캐릭터 등으로 확대되어 또하나의 청소년 문화로 자리잡았다. 특히 코스튬플레이 사이버동호회의 활성화로 10대들 사이에 각광받는 신종 마니아 문화 중의 하나가 되었다.

일본 애니메이션의 역사

개막기(1950년~60년대)

– 도에이 동화(東映動画)의 설립

– 동양의 디즈니사 추구. 『새끼고양이의 낙서(こねこのらくがき)』(1957) 『백사전(白蛇伝)』(1958)

데즈카 오사무(手塚治)『서유기(西遊記)』(1960)

– 데즈카 프로덕션의 『어느 길모퉁이 이야기(ある 街角の物語)』(1961)

TV 애니메이션의 시대

『철완 아톰(鉄腕アトム)』(1963-66) [리미티드 기법 사용, 시청률 평균 30%] 🡪 1960년대 TV 애니메이션 『철인28호(鉄人28号)』 『정글대제(ジャングル大帝)』 『도깨비 큐타로(オバケのQ太郎)』 『오소마쓰군(おそ松くん)』 『거인의 별(巨人の星)』 『내일의 조(あしたのジョー)』 『닌자무예장(忍者武芸帳)』

3. 발전기 (1970~1980년대)

– 마징가Z(マジンガーZ)』(1972)

『우주전함 야마토(宇宙戦艦ヤマト)』(1974) -->극장판(1977)

『은하철도999(銀河鉄道999)』(1979) 『기동전사 건담(機動戦士ガンダム)』(1979)

『캔디캔디(キャンディ ・キャンディ)』(1976) 『베르사이유의 장미(ベルサイユのばら)』

『플란다스의 개(フルランダースの犬)』

『엄마 찾아 삼만리(母をたずねて三千里)』 『알프스의 소녀 하이디(アルプスの少女ハイジ)』 『빨강머리 앤(赤毛のアン)』등

🡪 낮은 제작비와 치열한 조건 속에서 세계적 경쟁력 을 갖춘 작품이 나옴

4. 세계화기(1990년대 이후)

– 1990년대부터 막대한 제작비를 들인 극장용 애니메이션 출현.

– 미야자키 하야오(宮崎駿, 1941~)

오토모 가쓰히로(大友克洋1954~) 오시이 마모루(押井守, 1951~) 안노 히데아키(庵野秀明, 1960~) 등의 예술적, 문화적, 상업적 성공

우리나라와 일본의 대중문화 교류

현재 우리나라의 대중문화는 일본뿐만 아니라 전 세계에 영향을 미치고 있다. 대중문화는 1990년쯤에 시작된 일본 내의 아시아 붐과 맞물려 일본에 소개되기 시작했다. 이 시기에 일본의 아시아 대중문화 전문 잡지에는 주로 홍콩 스타들이 등장했고, 한국 대중문화에 할애하는 지면은 아주 적었다. 이런 사회적 분위기는 1996년에 한국과 일본이 월드컵 공동 개최국으로 결정되면서 크게 달라졌다. 이후 2000년까지는 한국 영화와 기타 대중문화에 대한 관심에 힘입어 한국 붐이라는 말이 등장하게 된 시기였다.

일본에서는 2000년대 중반 한류의 바람이 거세게 일어나게 되었다. 그 한류의 중심이 된 것은 드라마 「겨울연가」이다. 「겨울연가」가 NHK를 통해 일본에 처음 방영되면서 불어닥친 ‘욘사마’(배용준 님) 붐과 ‘후유소나’(「겨울연가」의 일본 제목) 열풍은 드라마가 종영된 후에도 한동안 큰 반향을 일으켰다..

 드라마로 시작된 일본에서의 한류는 현재 드라마에서 대중음악, K-Pop으로 그 대상이 변화하고 있다. 보아, 동방신기를 시작으로 2010년대에 들어서서 소녀시대, 카라 등의 한국 K-Pop 그룹이 일본 시장에 등장하게 된다. 한국 대중문화가 일본에서 인기를 끌게 되면서 일본에서도 한국과 한국인에 대한 긍정적인 영향을 끼쳤다. 이 같은 변화의 물결이 지난 60년간 부정적으로 고착되어 왔던 한·일 두 나라의 상대방 이해에 새로운 시작의 계기가 되었다.

한국의 일본 대중문화 개방

현재는 인터넷이 대중화되고, 전 세계의 다양한 문화를 향유할 수 있기 때문에 의아할 수도 있지만, 1990년대까지만 해도 일본문화는 왜색이라 하여 양성적으론 금기시되고 있었다.

이러한 가운데 김대중 정권의 일본 대중문화 개방에 대한 국민들을 향한 설득 이후 일본 문화는 본격적으로 개방되기 시작한다. 노무현 대통령은 방일 당시 출연한 한 일본 방송에서 게스트로 출연한 초난강이 일본 대중문화 개방에 대해 묻자, '국가가 문화 분야에 간섭하는 것은 온당치 못하다고 생각한다'며 일본 대중문화 개방 정책에 힘을 실어주기도 했다.

< 참고자료 >

Wikipedia 大衆文化の例

[日本史｜大衆文化の成立](https://chitonitose.com/jh/jh_lessons144.html)

일본 대중문화의 역사  [http://repository.tufs.ac.jp/bitstream/10108/20021/1/jlc033006.pdf](file:///Users/choeyujin/Library/Mobile%20Documents/com~apple~CloudDocs/.Trash/%20http%3A/repository.tufs.ac.jp/bitstream/10108/20021/1/jlc033006.pdf)

한국 위키피디아 일본의 대중문화

일본 대중문화 개방 나무위키

한일 현대의 문화 교류

<http://contents.nahf.or.kr/iskjViewer/item.do?levelId=iskj.d_0006&subtext=o>