

## 공공 만화축제 참여자의 사용자경험에 대한 연구 - 부천국제만화축제의 코스프레 부문을 중심으로

- I. 서론
  - II. 본론
  - III. 연구의 개요
  - IV. 연구결과 및 분석
  - V. 결론
- 참고문헌  
ABSTRACT

장준도, 윤은호

### 초 록

최근 한국에서 만화/애니메이션 시장 성장과 향유계층의 증대로 더 많은 사람들이 문화콘텐츠의 수동적 수용에서 나아가 적극적으로 재생산하는 단계에 이르고 있다. 유저들의 손에 의해 만들어지는 파생 콘텐츠, 2차창작은 오리지널 콘텐츠의 외연을 더욱 확대시키고 이러한 요소가 원작에 재흡수되어 콘텐츠 시장을 더욱 풍성하게 만드는 선순환 구조를 이룬다. 이러한 관점에서 특성화된 지역축제로서의 만화축제는 만화/애니메이션을 적극적으로 수용하고 있는 사람들을 통해 더욱 활성화될 수 있는 가능성이 존재하고 있으나, 다른 지역문화축제에서와 마찬가지로 만화축제에서도 적극적 참여자로 분류되는 이들의 사용자경험이 축제의 의사결정 과정에서 적극적으로 반영되고 있지 못하다는 한계가 존재하고 있다.

코스프레는 만화/애니메이션을 재생산하여 즐기는 방식의 하나이다. 만화, 애니메이션, 혹은 영화 속의 캐릭터를 옷과, 메이크업, 머리모양, 소품 등을 이용해 표현하고 이러한 모습을 타인에게 보여줌으로서 자신은 물론 관객에게도 즐거움을 주는 놀이 문화이다. 이러한 코스프레 참가자는 이제 각종 만화 축제와 게임쇼를 돋보이게 하는 뺄 수 없는 요소가 되어가고 있다.

부천 국제 만화축제 역시 코스프레를 축제 구성 콘텐츠로서 채용하고 있으며 이를 통한 행사의 홍보 역시 전개해 나가고 있다. 하지만 부천 국제 만화축제에서의 코스프레는 다른 만화 축제와 구분되는 여러가지 특징을 지니고 있으며 이는 코스 플레이어들에게 부천국제만화축제를 다른 축제와는 이질적인 존재로 받아들이는 요인이 되고 있다.

본 연구에서는 2013년과 2014년 부천국제만화축제에 참가한 코스어들의 경험을 문화기술지적 방법으로 인터뷰와 참여관찰을 통해 조사했다. 조사 결과, 코스어들은 만화축제 내부에서의 참여 범위가 제한되었으며, 축제 활동을 통해 비교적 부정적인 경험을 구축하고 있었다. 이러한 문제에 대한 대안으로 본 연구는 객체화되고 있는 적극적 참여자들이 가진 사용자경험을 축제에 보다 지속적으로 반영할 방법론 구축의 필요성을 제기하고자 한다.

키워드 : 지역문화축제, 코스프레, 사용자경험, 객체화

## I. 서론

코스튬 플레이(コスプレ, 이하 코스프레)는 Winge(2006)에 따르면 “애니메이션, 만화, 게임 캐릭터의 복식과 연관된, 다른 매니아들과 함께 하는 가장무도회, 가라오케, 사진 촬영을 위한 포즈 취하기 등의 일련의 활동”이다. 중세, 근대적 가면, 가장 이벤트와 구분되는 현대적 코스프레의 기원은 1908년, 스카이객(Skygack)이라는 미국신문에 연재된 SF 4컷 만화의 주인공의 복식을 한 팬이 따라한 것이라고 알려져 있다(Mi1ler, 2013). 일본에서는 1975년 첫번째 코믹마켓이 개최된 것을 계기로 코스프레 문화의 활성화가 이루어졌다(문현선, 2009). 국내에서는 1992년 1월 6일 아마추어만화가연합(ACA) 행사에서 PC통신을 통해 이미 형성된 만화 동호인 사이에서 활동이 시작된 것으로 보인다(선정우, 2001).

국내 코스프레 관련 초기 연구는 의상학 및 문화학을 통해 하위문화 담론의 연장선상에서 이루어졌다. 당시 남궁윤선 외(2000), 신미란(2002) 등이 충실한 문화기술지 연구를 남긴 바가 있다. 2006년 이후로는 몇 년간 이 분야의 연구에 약간의 소강상태가 있었다. 이후 윤은호(2012, 2015), Kongkun(2012), 이진숙(2013) 등이 최근 코스프레 관련 연구에 참여하기 시작했다.

현재 코스프레는 이미 단순한 취미의 영역에서 벗어나 다양한 분야에서 매출이 발생하는 산업화의 단계에 들어섰다. 야노 경제연구소에 따르면 일본에서는 2011년에 코스프레 의상 분야에서 415억 엔, 2014년에는 430억 엔의 매출이 발생한 것으로 분석되었다(矢野經濟研究所, 2016). 국내에서도 코스인들 사이에서 문화 행사 에이전시 설립, 코스프레 상품 시장 형성, 코스프레 일일 카페 운영(윤은호 2015), 코스프레 사진집 판매 등의 거래 행위가 일어나고 있다. 이는 국내의 코스프레가 기존의 하위문화 담론 내지 특수복식문화, 또는 청소년 문화 영역에서만 다뤄질 수 없으며 독립된 하나의 영역으로서 바라보아야 할 단계가 되었음을 의미한다.

축제에서의 코스프레 활용에 관한 연구 역시 단순히 코스튬 플레이어(‘코스어’)가 축제에 참여한다는 사실을 소개하는 것을 넘어 이들이 축제에 어떤 기여를 하고 있고 어떻게 다루어져야 하는가를 분석하는 새로운 단계로 나아가야 한다. 이러한 사안들에 대한 전반적 연구는 국내에서는 아직 이루어진 적이 없으며, 국외에서도 지역문화축제와 코스프레 활동과의 관계를 다룬 사례가 적은 것이 현실이다.

본 연구는 2013년 8월 14일부터 18일까지, 2014년 8월 13일부터 17일까지 경기도 부천시 한국만화영상진흥원(‘만화진흥원’) 일대를 중심으로 개최된 부천국제만화축제(‘부천축제’)를 중심으로 만화축제에서 코스어들이 축제에 어떻게 참여하고 소비되는지, 그리고 이들은 이에 대해 어떻게 생각하는지를 연구하고자 한다.

코스프레의 수행자인 코스어들은 연구대상이 된 축제에서 행사 진행에 상당히 기여하고 있으나, 오히려 축제의 의사결정에 있어서 낮은 지분을 가지고 있는 ‘적극적 참가자’들에 속한다. 축제의 적극적 참여층은 결정 권한은 적으나 대외적인 홍보와 여론 형성에 있어서 주요한 역할을 수행하고 있다(문창현 2008:124). 그렇기 때문에 이러한 적극적 참여층의 참여를 독려하고 이들의 의견을 수용하는 것은 매우 중요하다고 할 수 있다. 반대로 축제나 축제가 다루는 소재에 애착을 가진 적극적 참여자들의 관심을 잃어버린다는 것은 축제의 운영과 홍보 측면에서 큰 손실이 된다.

이 연구를 통해 현재 지역문화축제의 기획, 실행, 평가 과정에서 저평가되고 있는 코스어들의 필요가 지역문화축제에 어떤 식으로 반영되어야 하는지, 그리고 반영된 결과가 어떻게 지역문화축제를 활성화하는데 사용될 수 있는지를 고찰하고자 한다.

## II. 본론

### 1. 만화축제의 산업화에 대한 현 주소

만화축제는 문화축제 중에서도 문화산업의 일종인 문화콘텐츠를 소재로 하는 축제라는 점에서 현 정부에서 강조되고 있는 창조경제의 실현을 위한 중요한 축이 될 수 있다. 양수정(2014)은 콘텐츠 산업이야말로 창조 산업이며 이미 문화 콘텐츠 분야에서 강세를 보이는 영국, 일본 등지에서는 콘텐츠 산업에 대한 지원이 강화되고 있음을 지적하고 있다. 또한 국내 콘텐츠 산업 매출 중 게임 및 캐릭터 산업의 매출 비중이 67%에 달한다. 즉, 창조경제의 주성장 동력을 담당하는 캐릭터 산업을 다루는 만화 축제가야말로 향후 창조경제 및 창조 콘텐츠 산업의 발전을 견인할 중요한 플랫폼이 될 수 있는 것이다.

박지선(2006:71-75) 역시 지역 축제가 경제적 부가가치를 창출해야하는 당위에 대해 ‘축제콘텐츠와 지역의 특성을 효과적으로 연결해 지역을 무대화하고 관광상품화 시켜 많은 경제적·문화적 부가가치를 올릴 수 있어야 한다’고 강조한다. 그러면서 각 축제 특성에 맞는 문화적 가치를 구축함으로써 축제콘텐츠를 발전시켜야 한다고 말한다.

하지만 임학순(2011, 2013)에 따르면 부천 만화 축제가 만화 문화 활성화 및 창작 활성화에는 분명히 기여하고 있고 축제 브랜드에 대한 인식 수준도 높지만 해당 축제가 도시 활성화에 실질적으로 기여하는 부분으로까지는 이어지지 못하고 있음을 지적하고 있다.

부천시 의회의 회의록에서도 이러한 부분에 대한 고민은 그대로 드러나고 있다.

○이준영 위원 매년 시민들에게 티켓을 사라 하고 또 어디 상공인들이 상공회의소를 통해서 티켓 사라고 하고 이런 인위적인 영화제 이렇게 해서는 이 영화제가 진정한 의미에서 발전은 없다 본 위원은 그렇게 보고 있습니다. 이것이 진정하게 발전하기 위해서는 그

동안에도 노력을 많이 하셨지만 국내적으로는 널리 이것을 제대로 알려서 정말 찾아오는 영화제가 되고 이렇게 해서 수익을 창출해내는 영화제가 돼야 된다. 그러면서 이것을 세계화시켜야 된다 본 위원은 생각을 갖고 있습니다. 이런 생각에 대해서 집행부에서 노력하고 있는 사항이 있으면 간략히 설명해 주십시오.

○문화기획단장 이진선 좋은 말씀 주셨습니다. 저희들도 말씀하신 부천영화제 같은 경우도 금년으로 18회를 맞고 있고 만화축제가 17회로 연륜이 굉장히 높아졌단 말이죠. 성인단계에 들어간 건데 3대 국제축제라고 하는 영화제라든지 만화축제, 부천필 이런 것들 콘텐츠를 실어서 발전 방향을 모색할 수 있도록, 영화제 같은 경우에는 20주년 계기로 해서 세계화에 접근할 수 있고 산업화와 연결될 수 있게 고민을 시작하고 있습니다. 열심히 잘 검토해서 좋은 방향으로 나가도록 하겠습니다.

즉, 부천 만화 축제를 비롯한 부천의 각종 문화 축제의 산업화는 연구 분야가 아닌 실제적으로 정책을 집행하는 입법/행정 영역에서도 필요성이 제기되고 있으나 아직 구체적인 실행 방안은 "고민을 시작하는" 단계에 머물고 있다.

한상정(2013)은 이에 대해 이미 성공적으로 개최되고 있는 만화 축제인 프랑스의 앙굴렘 만화 축제를 사례로 하여 부천 만화 축제의 부진의 이유를 "만화산업의 선순환구조가 부실한 상황"을 거론하며 부진의 이유를 축제 외적인 부분에서 찾고 있다. 이는 일견 부천 만화 축제 운영에 대한 면죄부를 주는 것 같기도 하지만 다른 측면에서 보면 언제가 될지 모를 선순환 구조 정착 이전까지는 성공적인 만화 축제가 불가능하다는 체념이기도 하다.

그러나 국내의 주요 민간만화축제인 코믹월드에는 1999년부터 시작된 이래 서울에서 130회, 부산에서 90회 이상 개최되었으며, 운영사인 S.E TECHNO는 이 행사를 통해 지속적인 수익을 얻고 있다. 또한 네오플, 넥슨, 게임빌, 스퀘어에닉스 등 국내외의 대표적 콘텐츠 기업들이 홍보 플랫폼으로 부천 만화축제가 아닌 코믹월드를 선택하였다.

코믹월드가 개최되는 SETEC 주변의 지하철역인 학여울역은 평

소 하루 1000명 수준의 승하차객을 기록하는 한산한 역이지만 2014년 12월 27~28일 양일간 개최된 128회 서울 코믹월드 때에는 67,000명의 승하차 인원을 기록하여 2개월에 한 번씩 개최되는 행사가 지하철을 통한 방문객으로만 5일간 11만 명의 관람객을 기록한 2014년 부천 만화 축제 대비 약152.3%에 이르는 하루 관람객을 확보하고 있는 점을 감안하면 "만화산업의 선순환구조가 부실한 상황"이라는 가정 자체가 무리가 있다고 할 수 있다.

오히려 민간 영역에서는 동인 음악, 동인 게임 등 만화의 인접 영역까지 흡수한 케이크스퀘어, 동네 페스타 등의 각종 영리/비영리 단체 주관의 만화 축제들이 그 수를 더해가고 있다. 이러한 점에서 현재 공공 만화 축제의 개최에서 문제가 되는 부분은 수익성과 공공성의 조화이지 산업화의 가능성 여부가 아니라는 점은 더욱 명확해진다.

## 2. 성공적인 만화축제를 위한 코스프레

축제에 코스어들이 모이는 요인에 대해 무라카미&치노(村上, 千野, 2013)는 코스플레이어의 입장에서 연구를 진행하였다. 해당 논문에서는 코스플레이어의 소통 지향성에 대해 주목하였다. 이에 따르면 코스프레가 오리지널이 아닌 2차 창작이 주류로 흐르는 이유에 대해 누구나 보고 이해할 수 있기 때문에 그를 통한 교류의 가능성을 얻고 싶어 한다고 주장하고 있다. 이와 마찬가지로 축제에 와서 코스프레를 즐기는 이유 역시 많은 사람들 앞에서 자신의 의상을 선보이고 콩트나 퍼포먼스를 넣음으로 해서 그것을 동료들과 함께 즐기고 싶어 하기 때문이라고 말한다. 이렇듯 같은 취미를 공유하는 동료들과 만나고 싶다는 생각이 이들 코스플레이어들을 움직이는 에너지가 된다고 주장한다.

한편 이러한 축제에서 코스플레이어가 아닌 다른 축제 참가자들에게 이러한 코스프레가 어떻게 보이는가에 대해서는 2009년 시가현 이누카미군 토요사토정에 소재한 토요사토소학교 구교사에서 열렸던 만화/애니메이션 작품 "케이온!"을 소재로 한 “경음악! 라이브!” 를 연구한 카마이시(釜石, 2011)의 연구에서 찾

을 수 있다. 해당 연구에 따르면 코스프레와 이타샤(痛車)<sup>1)</sup> 등 참가자가 자신이 제작해 준비해온 콘텐츠에 대해 다른 관람객들 역시 좋은 반응을 보여주었다. 카마이시는 이타샤를 가져오거나 코스프레를 하는 사람만이 아니라 그 행위를 보는 팬들이 다양한 시각적 축제를 즐거워한다는 점을 강조하고 있다. 또한 코스프레 등을 하는 사람과의 새로운 교류 창출 가능성 또한 제기되고 있다(釜石, 2011:5).

이러한 이유를 카마이시는 오타쿠 문화의 특성에서 찾고 있다. 오타쿠의 원래의 정의는 ‘관심 있는 대상에 몰두 하는 사람’이지만 이러한 관심의 대상은 사람마다 모두 다르다. 따라서 만화/애니메이션 매니아라고 해도 좋아하는 방식은 단순히 보고 즐기는 것, 이타샤를 만드는 것, 코스프레를 하는 것 등 각자 다른 것이지만 서로 약간 다른 취향을 가진 사람들이 모였을 때 서로의 취미 활동에 전부 함께 동참하는 것까지는 아니라도 그것을 하는 것을 즐길 수 있었던 것으로 분석하고 있다. 즉 축제의 공간에서 만화/애니메이션에 대해 서로 다른 방식으로 관심을 표하던 사람들이 서로 교류를 하게 되고 이를 통해 서로가 즐거움을 얻고 서로를 알아가는 계기가 되어준다는 것이다.

만화 축제에서 코스프레는 빠질 수 없는 요소의 하나로 자리 잡았다. 국내의 대표적인 만화 축제인 서울/부산 코믹월드에는 물론이고 게임쇼인 지스타에서도 코스프레를 한 방문객을 흔하게 발견할 수 있고 기업 부스 홍보 요원의 형태로 배치되기도 한다. 코스프레의 본거지라 할 수 있는 일본에서도 가장 대표적인 행사인 코믹마켓, 도쿄 애니메이션 페어 이외에도 우즈마사 상경 마츠리(太秦上洛まつり, 福田 외, 2009) 와시노미야 신사 마츠리(鷲宮神社祭り, 松本 외, 2013) 등의 지역 축제에서도 코스프레를 주요 축제 콘텐츠로 도입하고 있으며 오히려 이러한 서브컬처

---

1) 승용차에 만화, 애니메이션, 게임 캐릭터의 그림을 대형 스티커로 붙여 장식한 자동차. 이 때의 痛은 아프다는 의미가 아니라 '痛々しい'로 '보기 애처롭다'라는 농담적 표현에서 연유하였다고 보는 것이 통설이다.

콘텐츠를 마을 부흥의 주요한 소재로 이용하고 있기도 하다.

### Ⅲ. 연구의 개요

본 연구는 부천국제만화축제에서의 코스어들의 활동 내역과 유저경험을 관측하기 위해 문화인류학의 연구 방법론인 문화기술지 방법론을 통해 연구를 수행했다. 이를 위해 2013년 8월 15일, 18-19일과 2014년 8월 13-17일에 걸쳐 부천국제만화축제에 참여해 관찰을 실시했다. 또한 2013년과 2014년에 부천국제만화축제에서 1회 이상 코스프레 활동을 한 경력이 있으며, 연구자가 참가 여부를 확인한 코스어들을 기본적인 연구의 대상으로 삼고 2013년부터 2015년까지 인터뷰를 진행하였다. 표집은 연구자의 지인을 통해 눈덩이 표집 방식으로 진행했다. 다만 부천만화축제에 참가한 적이 없는 R6의 인터뷰 내용이 중요한 단서를 남겼기 때문에 최종 연구대상에 포함시켰다. 또한 2014년 부천국제만화축제 코스프레 행사를 중개한 외주 개최자도 연구대상에 포함했다.

연구를 위한 인터뷰는 심층 인터뷰와 그룹 심층인터뷰를 혼용하여 이루어졌으며, 인터뷰어의 동의를 받고 녹음됐다. 객관적인 연구를 위해 서로 다른 부류 간에는 별도의 인터뷰를 실시하고, 또한 질문 과정에서 연구진 전체가 참여하여 객관성을 보장하고자 노력하였다. 인터뷰는 개방형 질문을 사용해 진행되었는데, 이 방법론을 사용하면 연구 진행시 도출될 수 있는 새로운 이슈와 증언에 대한 대응력을 높이고 인터뷰의 질을 높이는 장점이 발생하게 된다.

본 연구에 선정된 사용자들의 개인 신원은 개인정보 보호를 위해 코드화했으며, 개략적인 신원 정보와 이들의 참가 형태, 그리고 인터뷰 이력은 다음과 같다.

코드	나이	성별	참가년	참가형태	인터뷰 일자
R1	20대 초반	여	2013 2014	자원봉사자 (이벤트팀)	2014.2.20 2014.2.27
R2	10대 후반	여	2013	퍼레이드 참가자	2013.11.2 2014.2.27
R3	10대 후반	여	2013	퍼레이드 참가자	2013.11.2 2014.2.27
R4	20대 중반	여	2013 2014	일반 코스프레 참가자	2014.2.12
R5	10대 후반	여	2014	일반 코스프레 참가자	2014.8.23
R6	10대 중반	여	2014	불참가	2014.8.23
R7	10대 중반	여	2014	일반 코스프레 참가자	2014.9.20
R8	10대 후반	여	2014	일반 코스프레 참가자	2014.9.20
R9	10대 중반	남	2014	C 단체 운영 및 질서 스탭	2014.9.20
R10	10대 중반	여	2014	일반 코스프레 참가자	2014.9.20
R11	40대 중반	남	2014	C 단체 총괄 행사 진행자	2014.8.30

표 1. 연구 참여자 일람표

## IV. 연구결과 및 분석

### 1. 참여관찰 결과

#### (1) 2013년도

2013년 부천국제만화축제에서 코스프레는 크게 두 가지 프로그램 형태로 도입되었다. 첫 번째는 한국여성만화가협회와 A 단체<sup>2)</sup>의 협력으로 이루어진 ‘한여름 밤의 메르헨전’이다. 이 전시는 여성만화가들이 그린 동화의 일러스트를 배경으로 만들어진 코스

2) 본 논문에서는 사정 상 해당 단체명을 이니셜로 처리하며, 이를 출처로 하는 참고문헌의 출처를 밝히지 아니하기로 한다.

옷을 입고 시민들과 함께 한다는 취지의 기획으로, 고용된 코스어들은 수요일부터 일요일까지 오전 11시부터 오후 5시까지 해당 코스에 놓인 자리에서 포즈를 취하면, 시민들이 사진을 함께 찍는 방식으로 진행됐다(<그림 1>-좌).

반면 이와는 별개로 행사 기간 중 토요일이었던 16일에는 부천의 도심인 상동역부터 부천시청을 돌아 부천중앙공원 입구까지 이루어지는 퍼레이드가 주최 측과 B 단체의 진행으로 개최됐다. 이 날은 특정 코스프레 행사가 개최되는 날이었지만, 비교적 B 단체의 유명세가 높아 약 150여명의 코스어들이 퍼레이드에 참가했다(<그림 1>-우).

가장행렬에 대한 기존 연구들은 가장 행렬의 스펙터클함에 주목했던 조성애(2004)와 가장 행렬의 상업적 속성을 해부한 유창국(2008)같이 가장행렬이 축제에 이로운 영향을 준다고 인지하고 있다. 국내외의 성공적인 축제의 사례를 소개하는 다양한 연구들에서도 퍼레이드는 축제의 빠질 수 없는 한 부분으로 소개되고 있다. 그래서 퍼레이드의 필요성은 축제의 운영에서 필수불가결한 것으로 받아들여지고 있으며 각종 축제에서 매우 흔하게 찾아볼 수 있는 구성요소이기도 하다. 그런데 코스프레 또한 독특한 복식이라는 고유의 특성으로 퍼레이드에 간단하게 편입시킬 수 있을 것이라는 선입견과는 달리 실제로는 퍼레이드 진행 과정에서 코스어들과의 마찰이 존재하는 것으로 나타났다.



그림 1. 2013년도 부천국제만화축제에서의 코스프레 활동

우선 퍼레이드가 이루어지는 과정이나 이를 위한 준비과정이

명확하지 않았다. B 단체의 행사 주최자는 당시 카페에 올린 후기 글에서 다음과 같이 준비과정에서의 어려움을 표현하기도 했다.

축제 [집행부]에서도 대규모의 코스튬플레이어분들이 참여하실 것이라고는 예상을 못하였고, 특히, ○○ 버스 및 천막이 마련되었다고 하여, 현장에 갔을 때 [탈의실] 전혀 표시가 되어있지 않았고, 준비도 되어있지 않아서 자원봉사자들이 쓰는 천막을 함께 사용하게 되어 결과적으로 참여 코스어분들이 제대로 [갈아입는 곳] 못 찾는 상황이 발생하였[습니다]... 퍼레이드 또한, 차타고 이동하여 상동역에서 만화박물관까지 이동하는 것으로 알고 있었는데 이 또한 동선이 바뀌게 되었고, ... 버스가 2대밖에 동원되지 않다 보니 2회 왕복하게 되었고 그로 인해 시간 또한 1시간정도 더 소요되었습니다

또한 퍼레이드 준비에 필요한 탈의실이나 편의시설의 준비가 명확하지 못해 발생한 커뮤니케이션 문제는 당시 이벤트팀 자원봉사자의 증언에서도 드러난다.

Q: 그런데, 요번에 화장실을 제공하지는 않았지.

R1: 아니야, 제공했었어. 탈의실을 제공을 했는데, 하필이면 ... 알려야 할 거를 미리 안 알려준 거야. 그러니까 어떻게 되냐면, 나도 그 탈의실을 알게 된 경우가, 지하철 타고나서 이제 오고 있는데, ... 앞에 이벤트 팀 대빵 PD님이 계셨고, ... 그래가지고, 'PD님 오늘 코스프레- 애들 온다는데 탈의실 어디예요?' 하니까 그 때서야 대답을 해 준거예요. ... 그래서 탈의실을 저 혼자 아니까 이제 이벤트 팀한테 다 말했죠, '탈의실 어디 있으니까, 여기 어디 있다고 말해주면 된다. 큐브관에 있다고 말해주면 된다. 그 탈의실 모르겠으면 라바 있는 데로 와라, 어차피 나 이거 오늘도 라바니까, 내가 라바 그 쪽에서 내가 안내해주겠다,' 해 가지고 웬만한 사람들 이제 라바나 아니면 라바 있는 길, 길 쪽에 이제 큐브가 있으니까 제가 맨날 데려다주고 이랬어요.

이러한 답변에서 알 수 있듯이 가장행렬의 운영에는 일관성이  
나 계획의 치밀함이 부족한 것으로 보였다. 또 다른 대화에서는  
타국에 비해 사적인 영역을 중시하는 한국 코스프레 문화를 제대  
로 이해하지 못한 데서 생기는 배려의 부족도 발견되었다.

Q: 부천 만화축제 같은 경우에도 그냥 코스어를 풀어놓기만 할 게  
아니라 지스타처럼 어떤 스테이지쇼 같은 것들을 해보는 건 어떨까  
요. 좋을까요?

R7: 예전에 한 번 그런 게 있었어요. 거기서는 코스어들이 퍼레이  
드를 했어요. 퍼레이드를 했는데 솔직히 지인들이랑 있어서 그렇지  
크게 재미는 없었어요. ...

R8: ... 사진을 퍼뜨려서 비하적인 욕을 했었다고 하더라고요. 퍼레  
이드나 스테이지 쇼를 한다면 일종의 부스를 세워서 하면 팬참지  
않을까 부스가 아니라 퍼레이드 목적으로 이용한다면 문제가 있지  
않을까. 퍼레이드는 사실 호응도 별로 없었어요.

R7: 퍼레이드는 하는 게 아니었는데 퍼레이드가 되어버렸으니까.

R9: 퍼레이드라는 것도 글썄 많이 제대로 많이 안 봤죠, 퍼레이드  
라는 거. 퍼레이드 공지가 제대로 안 되어가지고 하는데도 혼선이  
많았고 그리고 이제 생각보다 퍼레이드도 좀 별로 안 좋았다고 하  
더라고요.

Q: 어떤 면에서요.

R9: 그러니까 코스어들한테 미리 공지가 됐다면, 이게 어떻게 보면  
길코<sup>3)</sup>잖아요. 길을 다니면서 코스프레를 하는 길코인데 미리 공지  
가 됐다면, 거기에 대해서 숙지를 하고 움직였을 텐데 그게 공지가  
안 되다 보니까 강제 길코가 된 거예요 그니까.

Q: 그러니까 지금 코스하는 사람 다 모여라 해가지고요?

R9: 예에.

언론의 주목을 받는 전문 코스어 이외의 상당수의 취미 코스어  
들은 불특정 다수에 자신의 사진이 노출되는 것을 원치 않는 분

---

3) 공공장소에서 이루어지는 코스프레. 필연적으로 ‘일반인’ 들의 시선을 많이  
받게 되고 그에 따라서는 경범죄에 해당할 수도 있다. 다만 이러한 인식이  
2009년 코믹월드에 의해 유도적으로 형성되었다는 점 또한 감안되어야 한다.

위기를 헤아릴 필요가 있다. 코스프레를 하고 나왔다고 해도 자신의 모습을 무분별하게 보여주고 싶지는 않다는 심리가 근처에 존재하고 있기 때문에 이들 모두를 공개 행사에 동원한다는 발상은 실패할 수밖에 없다.

본 인터뷰에서와 같이 만화 축제에서의 코스프레 퍼레이드는 코스어 입장에서 그다지 즐거운 활동이 아니며 운영상의 문제점도 존재하는 것으로 드러났다. 운영 측은 흥행 논리로만 코스어에게 퍼레이드 활동을 강요하고 있지만 일단은 관람객이기도 한 코스어의 입장에서는 즐겁지 않은 일에 억지로 따라가게 되는 것이다. 사생활 문제가 생긴다는 부분에서 반감이 일어나고 있는 것이다. 따라서 반드시 퍼레이드를 실시해야 한다면 이러한 문제점들을 감안하고 운영에 신중을 기울여 이러한 부작용을 최소화해야 할 것으로 보인다.

한편 이와는 별개로 축제 안에서 코스를 한 일부 코스어들이 있었다. 하지만 연구진이 당시 일반 코스프레 활동이 가능한지를 알기 위해 부천축제 사무국에 전화로 연락하였을 때, 사무국 측에서는 ‘두 행사 참여를 제외하고는 자유롭게 코스프레를 하는 것이 금지되어 있다’고 밝혔다. 하지만 R4 이외에도 많은 자유코스어가 회장에서 발견되었다. 이로 볼 때에 실제 이 규정이 제대로 적용되지는 않은 것으로 보인다.

이러한 점들을 전반적으로 살펴볼 때, 2013년도 부천만화축제에서 코스프레는 주최측의 이해를 위해서만 일부 사용되는 부천만화축제의 분위기를 살리기 위해 사용된 도구 그 이상은 아니었다. 코스어들 또한 축제에 참가하기 위해 온 사람들이었지만, 이들이 코스프레를 즐길 수 있는 시간이나 공간은 턱없이 부족했다. 이 결과 축제의 적극적 참가자들인 코스어들의 적극적 호응을 이끌어내는데 실패하였다.

## (2) 2014년도

반면 2014년도 부천국제만화축제에서의 코스프레 행사는 그 형태가 많이 변경됐다. 우선 2013년도에 있었던 퍼레이드 등의 행

사는 모두 폐지됐는데, 행사 관계자의 증언에 따르면 이는 진흥원 측의 사정 때문인 것으로 보인다.

R11: 올해 같은 경우에는 원래 코스프레를 안 부르려고 그랬어요. 만화진흥원 쪽에서도. 근데 제가 계속 왔다 갔다 하다 보니깐, 촬영회 때문에. 이야기를 하더라고요. 이쪽에서. 축제 책임자가 이번에 코스프레를 안 부르다고 했어. 그래가지고 ‘왜 안 부르냐’ 그러니깐, ‘예산 문제도 있고, 저번 년도에 영망이 되어가지고 위에서 조금 안 좋게 본다. 근데 만화 축제인데 코스프레가 빠지면 허전할 것 같다’ 그래가지고 그럼 ‘내가 이번에 도와줄게’ 한 거예요.

C 단체가 코스프레 행사를 주관하면서 코스어들의 참여 형태도 바뀌었다. 코스어들이 축제장에 와서 오전부터 오후까지 일정 시간 동안 행사장에 머무른 이후 이를 인증하면 만화축제 측에서는 이를 봉사시간으로 보상하는 형태로 변경된 것이다.

행사 형태의 변경은 만화축제의 코스어의 활동에 큰 자율성을 부여했다. 대부분의 코스어들은 행사장이 위치한 진흥원 건물 1층 뒤쪽에 놓여 있는 테이블과 의자, 또는 자전거 주차장 자리에 앉아 휴식을 취하거나, 축제가 열리는 행사장을 자유롭게 돌아다니면서 관람객들의 요청이 있으면 촬영에 대응하는 역할을 수행했다(<그림 2>-좌).

코스어들은 이러한 과정에서 일반인들의 사진촬영을 통해 긍정적인 인상을 받았으며, 자신이 한 것과 같은 코스프레를 한 사람들, 또는 이미 알고 있는 지인과 서로 어울려 놀면서 만족감을 느꼈다. 또한 일부 사진사들도 행사에 참여해 코스어들을 찍어주는 등 통상적인 코스 내부 행사에서 볼 수 있는 행동들이 일어났으며, 코스어들 사이에서는 새로운 사람들과 친해지는 행동도 일어났다.

14일에는 큐브관 옆에 설치되어 있던 널뛰기와 그네 앞에서 자유로운 놀이 활동이 일어나기도 했다. <슈퍼마리오>의 마리오와 <마크로스 프론티어> 란카가 함께 사진을 찍는다면, <이런 영

웅은 싫어> 코스어가 널뛰기의 중심을 잡은 상태에서 <마기> 알리바바 코스어와 <사이퍼즈> 코스어가 널뛰기를 한다던가 등의 모습은 평소 코스프레 행사에서는 보기 힘든 색다른 모습이었다 (<그림 2>-우).



그림 2. 2014년도 부천국제만화축제에서의 코스프레 활동

코스어들은 일반 코스판에서 보여주지 못한 모습도 자유롭게 드러냈다. 14일에는 2013년에 대세를 이루었으나 이후 사라진 <진격의 거인> 코스가 재등장했다. 16일에는 <이런 영웅은 싫어>를 한 약 20여 명의 코스어들이 단체로 몰려다니는 모습이 관찰됐다. 통상적으로 수십여 명이 함께 코스를 하는 모습은 최근 몇 년 간의 트렌드에서는 찾아보기 힘든 모습이었다.

결과적으로 이러한 활동은 코스어들뿐만이 아니라 축제 집행부와 시민들에게도 편익을 제공했다. 행사 홍보팀은 매일 있었던 일을 편집해 홍보하는 데일리에 코스프레 사진을 실었다. 또한 어린이가 있는 가족은 코스프레를 한 사람들과 함께 사진을 찍음으로써 즐거움을 느꼈다. 이러한 사실은 개최 이후 일반인들이 응모한 사진 콘테스트 모집 결과, <이런 영웅이 싫어> 코스어와 <리그 오브 레전드>의 어린이들이 함께 포즈를 취한 사진이 각각 우수상과 가작을 차지했다는 사실에서도 증명된다(부천국제만화축제, 2014).

2013년과 2014년 사이에 있었던 가장 큰 차이는 주최 측의 통제 여부이다. 가장 의상과 퍼레이드는 일반 관람객에게 축제의 재미를 제공하는 중요한 요소이기는 하지만 코스어들을 단순히

이를 위해서만 활용, 소비하는 것은 주최 측의 이해만을 위한 편 의주의적인 발상이었던 것이다. 코스어는 축제의 진행에 참여하기도 하지만 동시에 축제를 즐기러 온 관람객이기도 하다는 양면적인 특징을 가지고 있다. 코스어의 즐거움을 만족시켜 줄 수 없는 코스프레 콘텐츠 운영은 큰 성과를 거둘 수 없다.

## 2. 인터뷰 내용 분석

연구에서 수집된 인터뷰 내용은 전사과정을 진행했다. 기본적인 문화인류학적 인터뷰 분석방법론을 채택하여, 인터뷰 이후 연구진들 간의 의견 교환을 통해 제 3자적 해석을 원천적으로 실시하고, 제3자 연구원들을 불러 인터뷰 내용과 연구진들의 해석의 적정성을 검토하는 객관화 작업을 수행하였다.

이후 인터뷰 내용에서 축제의 활동과 관련된 요소들을 추려내어, 이를 축제 참가요인과 축제에 대한 평가로 나누어 정리했다.

### (1) 축제 참가 요인

부천국제만화축제에 참가한 코스어들은 부천축제의 자원봉사자였던 R1과 부천에 원래부터 살고 있었던 R4를 제외하고는 축제에 대한 인지도가 낮았다. 또한 대부분의 코스어 참가자가 부천축제에 참가하게 된 요인은 타 만화축제와 달리 재미, 유희 요소가 아닌 봉사 시간 부여 때문인 것으로 밝혀졌다.

R1: 고3때 이제, 부천의 그 부천만화진흥원에서 청소년 만화아카데미를, 1기생을 모집을 하길래 신청을 했더니 돼가지고, 그 다닌게, 다닌 것부터 시작을 해서, 본격적으로 이제 거길 가기 시작했어요. ... 가끔 가다 이제, 정기적으로 이런 교육이 있다, 뭐 이런 거 날려주기도 하고, 이제 뭐 만화, 이번에 그 부천국제만화축제 같은 거 있으면 이제 그것도 막 쏘주고, 주기적으로 이제 정보를 줘요. 그렇게 해 가지고 안게 그 부천국제만화축제였고, 그래서 자원 활동가 신청하게 됐죠. 저는 이제 신청하게 되고, 합격이 돼서 이제, 했던 게, 그렇게 해서 시작이 되었던 것 같아요.

Q: 좀 더 앞으로 돌아가서, 그 부천은 저번에 간 게 처음이었어요?

R2, R3: 네.

Q: 부천이 있는지 몰랐죠?

R2, R3: 네.

R3: 만화축제도 몰랐고요. ...

R2: 네. 거의 학생으로 참가하신 분들은 거의 다 봉사시간? 그런 것 때문에 참가하셨을 거예요, 아마.

한편 R4는 부천 만화축제를 통해 코스프레 활동을 시작하게 됐다. 부천 만화축제가 타 만화축제의 콘텐츠 구성에 비해 청소년 연령층 이상의 방문객을 유치하기 힘든 상황이라는 점을 감안하면 코스프레 기초 교육 콘텐츠 등은 초심자에 대한 배려가 부족한 타 축제에 대비해 초등학교 고학년 이상의 방문자에 대한 좋은 유인 요인이 될 것으로 보인다.

Q: 그러면, 일단 부천 축제는 언제부터 알게 됐을까요?

R4: 저는 아마, 알게 된 건, 중3때부터 상동에서 살기 전에, 여기 문화센터에서 처음 했을 때부터 알게 된 거죠. 근데, 호기심으로 그냥 한 번 갔다가, 제가 좀 우울증도 있었고, 그 우울증 아마, 소극적인 성격을 좀 치료하려고 갔던 게, 그 축제였던 걸로 기억하고, 그 때, 하고 나서, 아마 12월부터 서코를 갔던 걸로 기억해요, 만화축제 다음에 갔던 게. 코스하러 갔던 게 서코였으니까. 그 전에는 만화축제 무대도 나가보고. 했던 걸로 아마 다 기억이 나요.

행사 관련 정보의 습득은 주로 지인들과의 대화나 SNS를 활용한 것으로 나타났다. 코스어를 비롯한 매니아 유저에 대한 정보 전파와 참여 독려를 위해서는 SNS 활용이 중요하다고 할 수 있다. 다만 부천 만화축제의 공식 페이스북 계정이 운영되고 있음에도 불구하고 이 페이지가 코스어를 비롯한 매니아 유저들에 대한 주된 홍보 수단이 되지 못했다는 점에서 SNS 홍보 전략에 변화가 필요할 것으로 보인다.

R7: 원래 이 쪽, 그 지금 사는 데 말고, 부천에서 살았었는데. 거기서 뭘 축제를 한다고 봉사활동도 시간도 주신다고 해서 참가를.

Q: 그러니까 부천의 지인들 통해서요?

R7: 네.

R10: 그 카스 공유타기로, 알게 됐어요.

## (2) 축제에 대한 평가

인터뷰를 진행한 결과, 코스어들은 크게 두 가지의 만족요소와 세 가지의 불만요소를 가지고 있었다.

우선 콘텐츠의 종류가 다른 웹컬처 행사보다 더 다양하다는 점이 만족요소로 꼽혔다. 대부분의 민간 만화축제의 경우 행사주최자가 제공하는 전시 콘텐츠는 거의 없다시피 하며, 주로 동인지 판매장과 코스프레 무대행사, 우타이데 공연 등으로 콘텐츠가 제한되어 있다. 하지만 부천 축제의 경우 다양한 만화, 작가 특별전, 만화박물관, 만화도서관 관람 등 폭넓은 콘텐츠를 볼 수 있어 좋다는 반응이 있었다.

R8: 글썄요? 솔직히 재미없었다고 치면 서코랑 비교해서는 너무 할 게 많기 때문에 재미있을 수밖에 없죠. 서코는 뭐 거기 가 가지고 돌아다닐 것도 한정되어 있고 게다가 그 먹을 것이라고는 순대 밖에 없는데. 그거에 비해서 부천은, 대개 돌아다닐 것도 있고 놀 곳도 있고, 그러다가 뭐 박물관 같은 것도 있으니까 무대도 되어 있고 그러니까 얼마든지 즐길 수 있는 거예요. ...

Q: 근데 3,4층이 처음에 갈 때는 좋아요. 근데 그 다음 해에 갔을 때도 똑같다는 게 문제야.

R8: 근데 그런 거 따지면 서코도 마찬가지예요. 서코도 같은 거. (Q 네, 매달 똑같죠.) 같은 것만 똑같이 하는데. 특히 거기는 부천에 비해서 활동 범위도 좁고 훨씬 할 게 적어요. 그러니까, 모르겠어요. 부천이 훨씬 좋을 수밖에 없어요.

R7: 서코는 솔직히 그냥 일러스트 같은 거 보러 가는 거지. 돈, 돈 쓰러.

R8: 서코는 그냥 좌판 벌려놓은 거 구경하고.

또한 축제에 참가한 코스어들은 부천축제를 통해 새로운 사람들과의 만남을 통해 코스프레 행사에 대한 긍정적인 이미지를 인식했다. 또한 평소에 받는 코스프레에 대한 일반인의 차가운 시선과 달리 일반인들에게서 좋은 평가를 받는다는 점도 장점으로 뽑혔다.

Q: 그러니까, 요번에 부천에 저 빼고 새로운 사람들 많이 만났어요?

R7: 네 저 초등학교 중학교 (우리 선생) 선배님 만났어요.

Q: 아, 그런 거 말고 코스어들도 많이? 일반...

R7: 아, 그, 그 분도 코스어예요.

R10: 제 친구 지인 분들도 되게 많이 와 주시고. 지인들도 많이 생겼고. ...

R8: 특히 솔직히 나, 나는, 아까 말했듯이, 대개, 애들이랑 사진 찍었던 거가 좋다고 했잖아(E 어) 그게 좋은 이유는 솔직히, 분위기 좋은 거야. 사람들이 우리를 좋게 봐주는 그 분위기가 된 것 같아. 그리고 솔직히, 부모님들이 우리 아기들이랑 정말 잘 놀아주는데 누가 싫어하겠어요. 그래서 그게 좋았어요. 애기들은 무조건 좋아했고 부모님들은 자기 자식들이 좋아하니깐 똑같이 좋아하고.

반면 인터뷰를 통해 도출된 불만요소는 다음과 같다. 첫째로, 축제에 참가하는 코스어들의 취향과 일반인들의 생각이 충돌할 경우 발생하는 문제가 존재하였으며, 이러한 차이는 특히 코스어들이 일반 관람객이 아닌 스태프의 일부로 취급됨으로서 발생했다.

우선 코스어들은 평소에 가지고 있거나 선호하는 코스웃 및 축제측이 기대하고 있는 코스웃 사이의 차이로 고민하는 것으로 보고되었다.

Q: 그걸 많이 좋아하는 코스어랑, 그래서 차이가 있다. 하는 사람과 보는 사람, 코스어 차이가 있는데.

R1: 네, 그러니까 차이는 있긴 있어요.

Q: 그거의 괴리를 어떻게 줄어나갈 수 있는 그런 방법 같은 건 없

을까요.

R1: 줄여나갈 수 있는 방법은, 그거 하는 코스프레를 이제 연령층에 맞는 코스프레를 할 사람을 구해야 하는데, 문제는 돈하고 그런 걸 지금 안하면 웬만하면 이제 코스어들이 자기 스스로 해[야 하]니까, 다 청소년들은 그 돈이 안 되잖아요. 돈이 안 되기 때문에 그 쪽은 이제 못 하는 거죠.

한편 2013년의 경우에는 코스어의 참가가 제한적으로 이루어져 코스어들과 일반 시민들 접촉이 상대적으로 적어 문제가 없었으나, 2014년도의 경우에는 코스어들이 일정지점에 머물러 있고, 가족들이 코스어들에게 사진 촬영을 요청하면서 어린이들이 코스프레 문화를 이해하지 못해 코스옷을 잡아당기는 등의 문제가 발생된 것으로 보고되었다.

R5: 어린이들이랑 같이 찍어 달라 그러잖아요. 그 들어보니까 안 찍어줬다고 그거가지고 안 찍어 주냐고 뭐라 하고 코스어분들 중에 밤 못 먹으러 갔던 분들 꽤 있었던 것 같아요.

Q: 그러니까 그 분들은 코스어분들을 스태프들이라고 생각을 한 것 같네요. 참가자가 아니라.

R5: 일단 그 정도는 괜찮은데 (어린) 아이들이 가발이나 그런 것들 때어 가져가겠다고.

R5: 어린애들이 소품 망가뜨린다던가 그런 것들이 문제가 될 것 같아서 좀 꺼려했죠. 그 소품 값이 최소 3만원 나오는 것들도 있으니까.

R6: 비싸죠. 특히 그 진격의 거인 코스프레하시는 분들이 양 옆에 다 붙이는 거

Q: 입체기동장치 ...

R5: 그거 말고도 옷 보니까 20만 원짜리 넘는 것들도 소품 붙어있는 것들 있거든요. 그거 가져가고 싶다고 잡아당기고 하는 사례도 있었대요.

이러한 유저경험은 인터넷을 통해 재생산되어 곧바로 행사 이

후 카카오스토리 등의 소셜네트워크를 통해 급속히 전파되었으며, 이를 통해 참가를 고려했던 코스어들이 행사 참가를 취소하게 하는 요소로 작용되기도 했다.

Q: 아, 그러니까 행사하기 전에도 계속해서 들었죠?

R6: 네.

Q: 그리고 나서 가고 싶지 않았던 느낌이 들었던 가장 큰 이유가 있나요?

R6: 그 가장 큰 이유는 막, 기자들이 도촬이나 아니면 일반인이 많았다거나 하는 그런 후기를 비슷한 거, 라던가. 그런 것 때문에 좀 꺼려지고.

Q: 아, 신청은 하지 않았는데 가기는 그랬나요?

R6: 아, 신청은 했었는데, 좀 막 후기 올라온 거 보고서는 좀 가기가 싫어졌었어요.

둘째로, 실제 참여한 코스어들이 축제 콘텐츠, 특히 전시 콘텐츠에 접근할 수 있도록 돕는 제도적 장치가 부족한 것으로 확인되었다.

2013년도의 경우, 토요일에 실시된 퍼레이드에 참가했던 참가자들은 축제 내 전시 콘텐츠에 접근할 시간이 없다고 말했다. 특히 당시 주차장 공간에 설치되었던 돔 안에도 부스가 설치되어 있었지만, 이들에게는 '단순한 통로'에 지나지 않았다.

Q: 두 분은 퍼레이드 말고 그 박물관이라던가 행사라던가 본 것이 있나요?

R2: 아니, 부천 때? 건물 안에만, 1층만.

Q: 1층만?

R2: 그냥 구경하는 식으로.

R2: 아니 거기 통해가지고 그냥 지나갔던 걸로 기억하는데.

Q: 그냥 그냥 지나갔다.

R3: 지나, 지나 갈 수 있 ... 거기 시원하니까, 거의. 우리들도 많이 지나갔을 거고.

R2: 난 거긴 줄 알고 그냥 들어갔는데.

이러한 상황은 2014년도에도 반복됐다. 우선 코스프레 참가자들은 유료 전시구간인 한국만화박물관 3, 4층에 들어갈 수 있었지만 이러한 사실이 이들에게 알려진 바는 없었다.

Q: 근데 그거 알려 줬어요? 그 ○○ 쪽에서나, 아니면 그 진흥원 쪽에서 그걸 들어갈 수 있다고 알려준 사람 있었어요? 그냥 3,4층 올라갈 수 있다고 알려준 사람 있었어요?

R8: 아니요.

R7: 아니요.

또한 2014년도의 코스프레 참가자들은 전시콘텐츠를 둘러보는 했지만, 이 전시콘텐츠에서 기억이 나는 것이 없었다는 반응이 있었다.

Q: 그러면 이제, 전시 콘텐츠 중에서 맘에 들었던 건 어떤 것들이 있어요? 전시 기억나는 것만.

R8: 모르겠어요. 저는 지인. 저는 솔직히 어디서든 재미있게 놀아요. 그렇기 때문에.

Q: 근데 거기에 이제 전시 종목들이 굉장히 많은데 그래도 기억에 남는 게 있을 거예요.

R8: 기억에 남는 게 저는 그렇, 이제 방금 말했듯이 이러다 보니까, 지인들, 이랑 놀았던 게 제일 기억에 남을 수밖에 없거든요. 그런데, 일단 부친의 제일 큰 메리트는 그거였던 것 같아요. 봉사 시간. 그거였던 것 같아요.

Q: 뭐 전시 행사 같은 게 재미있었다라고 말씀하셨는데, 그 중에서 난 뭐가 기억이 난다. 좀 신기했다 뭐 이런 것들.

R8: 저는 뭐지? 음, 모든, 대부분의 코스어가 좀 이렇게 생각할 것 같은데, 저는, 코스를 하고 여기를 돌아다니고, 이렇게 논다라는 게 진짜 재미있었어요. 사람들이랑 사진 찍고.

Q: 아니 콘텐츠를 봤냐, 안 봤냐의 문제거든 지금.

R8: 그러니까. 코스를 한 채로 돌아다니는 게 재미있었다고.

R9: 결론은 전시콘텐츠 중에 특별히 남는 게 없었다고 요약할 수 있겠죠.

셋째로, 행사 휴게 시설과 관련된 이슈가 제기됐다. 2014년에는 행사기간 동안 매일 약 400여명, 연인원 2천 여 명의 코스어들이 부천만화축제에 참가했다. 이들이 활동하는 사이에 쉴 공간이 대폭 필요해졌으나, 고정적으로 옷을 갈아입을 수 있는 곳이 생기는 것 이외에 이들이 휴식할 수 있는 장소가 부족했다. 또한 이러한 문제는 축제 휴게시설이라는 문제와 연동돼 더 큰 문제를 일으켰다.

R5: 쉴 데는 그냥 딱 한군데 아니면 안쪽에 있었는데 안에는 자리가 그렇게 많지 않아가지고 앉을라면 바닥에 앉거나 일찍 가가지고 자리 잡아야 됐어요. 아시죠? 전에 그래가지고 없어가지고 카페에서 몇 시간 잡았잖아요.

Q: 거기 쉴 데가 닭 집이랑 파스타 집.

R5: 밖에 딱 한군데 있는 슈퍼랑 안에 있는 카페 몇 군데 안 되는 거기들 밖에 없어요.

Q: 그런데 관객들은 한 번 보고 가니깐 문제가 없는데 코스어들은 오래 있으니까.

R5: 문제는 게다가 밖에 비도 왔었고. 그거 때문에 안에 있을 수밖에 없는 상황이었어요.

## V. 결론

현대적인 축제는 산업화를 통한 예산 자립과 함께 주민들을 위한 공공 여가자원을 제공하는 데에 기여하는 것을 목표로 하고 있으나 국내에서 이를 달성하고 있는 축제는 많다고 하기 힘든 것이 현실이다. 두 가지 목표를 모두 달성하기는커녕 대부분의 축제는 항상 적지 않은 예산을 소모하지만 축제를 인지하는 주민들의 수는 적다. 또한 지역문화축제가 주변 상권에 기여해야 함에도 불구하고 오히려 근처의 상인들이 축제 주최 측의 요청을

귀찮아하는 안타까운 상황까지 일어나고 있는 것이 현실이다.

부천국제만화축제는 현재 한국을 대표할만한 공공만화축제가 되었다. 그러나 국내 만화 소재 축제의 대표적 지역축제라는 이름이 무색하게도, 산업화 문제에 있어서는 여전히 돌파구를 보여주고 있지 못하고 있다. 반면에 코믹월드를 위시한 민간 만화 축제는 해를 거듭할수록 더욱 확장되고 있으며, 새로운 시장 참여자도 속속 등장하고 있다. 인접 콘텐츠인 캐릭터, 게임 분야에서는 서울 캐릭터 라이선싱 페어, 지스타 게임쇼 등의 축제가 만화 축제의 규모를 압도하고 있다.

결국 ‘부천 만화 축제가 왜 잘 되지 않는가?’ 라는 질문은 ‘만화축제는 왜 성공하지 못하는가?’ 가 아니라 ‘왜 부천국제만화축제만 성공하지 못하는가?’ 라는 질문으로 귀결될 수밖에 없었다. 본 연구에서는 그 이유를 탐구하고자 하는 시도 중 하나로 코스프레 참가자들이 부천국제만화축제에서 어떻게 배치되고 관리되는지를 살펴보았다.

선행 연구에서 증명된 바와 같이 만화 축제는 코스어가 대중과의 소통을 통해 자신을 인정받는 장소가 되고 있으며, 직접 코스프레를 하지 않더라도 만화를 즐기는 다른 사람들은 코스프레나 이타샤 같은 독특한 볼거리들이 축제를 다채롭게 만들어주는 요소라고 생각하고 있다. 하지만 인터뷰에서 보인 바와 같이 부천국제만화축제는 코스프레를 하는 장소라는 측면에 있어서 경쟁 중인 민간 축제에 비해 큰 이점을 보여주지 못하고 있다.

코스어들은 2000년대 초반부터 국내 지역문화축제에 지속적으로 참여하고 있음에도 불구하고 축제 참여 활동에 있어서 다른 코스프레 활동에 비교해 큰 매력을 느끼지 못하고 있다. 축제 운영진 또한 코스어들이 축제의 운영에 긍정적으로 기여할 수 있음에도 불구하고 그 가능성을 제대로 살리지 못하고 있는 것으로 밝혀졌다. 또한 조사 과정에서 코스어들이 일반 관람자로나 축제 운영자들이 미처 신경 쓰지 못하는 다양한 애로사항들을 겪고 있음을 확인할 수 있었다.

이러한 문제들은 특히 적극적 참가자로서의 코스어들이 타의적

으로 배치되는 경우 더욱 심해졌으며, 이 과정을 통해 부천국제 만화축제의 주체가 되어야 할 코스어들은 단순한 축제의 도구로서 객체화(objectify)되었다. 그 결과 코스어들은 부천축제에서의 활동을 통해 축제에 대해 비교적 부정적인 인식을 갖게 되는 것으로 보였으며, 부천축제가 그다지 매력적인 장소가 아니라고 생각하고 있는 것으로 나타났다.

연구 중 살펴본 세계의 만화 축제에서도 일반 코스어들을 스태프에 준하는 인력으로 취급하여 다루는 사례는 발견되지 않았다. 결국 부천 만화 축제의 운영측은 코스어들 역시 자기 나름의 방식으로 축제를 즐기는 관람객이라는 입장을 망각하고 있는 셈이다.

자발적 참가자들의 객체화는 자발적으로 축제에 참여하는 ‘적극적 참가자’의 축적을 막고, 결국 축제의 성장 가능성을 막는다. 또한 이러한 부정적 이미지는 온오프라인 상의 각종 커뮤니티 네트워크를 타고 확산되는 경향이 있기에 장기적으로 지역문화축제 이미지에 더 큰 악영향을 줄 우려가 있다.

향후의 연구에서는 이후 부천 만화 축제의 변화와 이러한 변화에 따른 코스어들의 반응 변화를 추적하고, 부천 만화 축제 운영측의 개선 의지와 발전 로드맵 등에 대해서도 답을 수 있기를 희망한다. 또한 만화 축제의 또 다른 적극적 참여자라 할 수 있는 아마추어 만화가 및 기업 참여자들에 의한 민간 만화축제와 공공 만화 축제 사이의 차이에 대해서도 조명해 볼 예정이다.

## 참고문헌

- 신미란, 「한국 코스프레 집단의 문화기술지적 연구」, 연세대학교 대학원 의류환경학과 석사논문 (2002).
- Kongkun Tribunjongsilpa, 「Examining Japanese Influences in Thailand : cosplay subculture qualities in cosplayers' perspective」, 서울대학교 대학원 석사논문(2012).

- 남궁윤선·황선진, 「우리나라 코스프레 하위문화의 외모 특성과 상징적 의미」, 『한국의류학회지』, 한국의류학회. Vol. 25 No.1, 2000. pp. 132~143.
- 문창현, 「지역문화축제의 관람객 만족도에 관한 연구 : 전주국제영화제의 관람객 특성별 비교 분석을 중심으로」, 『지역사회연구』, 한국지역사회학회, Vol. 16 No.3, 2008. pp. 123~152.
- 문현선, 「재팬 애니컬 (Japan Anical) 의 스토리텔링 전략」, 『한국만화애니메이션학회 2009 하반기 종합 학술대회』, 한국만화애니메이션학회. 2009. pp. 42~62.
- 양수정, 「특집명: 문화콘텐츠 기술: 창조경제 시대, 콘텐츠 산업이 나아가갈 방향」 『정보처리학회지』, 한국정보처리학회, Vol.21 No.1, 2014. pp. 6~11.
- 유창국, 「‘가장 행렬’의 문화산업적 현상.」 『인문콘텐츠』, Vol. 12, 2008. pp. 7~28.
- 윤은호, 「한국 하위문화의 공간 변용 현상 연구 : 놀이-창조 공간 개념을 중심으로」, 『차세대인문사회연구』, 동서대학교 일본연구센터, Vol. 8, 2012. pp. 243~264.
- 윤은호, 「콘텐츠 유저에 의한 만화-애니메이션의 재해석에 관한 연구 - 한국 코스프레 문화에서의 재생산」, 『만화애니메이션연구』. 한국만화애니메이션학회. Vol. 41, 2015. pp. 488~510.
- 이진숙, 「논문: 팬코스프레에서의 청소년 여가경험에 대한 현상학적 연구」, 『청소년문화포럼』 Vol. 34. 2013. pp. 51~90.
- 임학순, 「만화축제의 도시 활성화 가치 인식에 관한 연구」 『만화애니메이션연구』. 한국만화애니메이션학회. Vol. 24, 2011. pp. 1~24.
- 임학순, 「부천국제만화축제의 브랜드가치 요인과 도시 활성화에 대한 부천시민 인식 연구」, 『애니메이션연구』, 한국애니메이션학회, Vol. 9 No.1, 2013. pp. 129~146.
- 조성애, 「축제와 원형적 세계관.」, 『프랑스문화예술연구』 Vol. 6 No. 2. 2004. pp. 297~321.
- 한상정, 「국제만화축제를 통한 지역활성화의 선제조건들」, 『한국프랑스학논집』, 한국프랑스학회, Vol. 83, 2013. pp. 441~457.
- 釜石直裕, 「アニメ聖地巡礼型まちづくりにおけるイベントの役割に関する研究: 滋賀県犬上郡豊郷町における 「けいおんがく! ライブ」 を

- 事例として」, 『コンテンツツーリズム研究』, Vol.4, 2011. pp. 1~10.
- 村上春樹・千野拓政, 「東アジアにおけるサブカルチャー、文学の変貌と若者の心 -アニメ・マンガ・ライトノベル、コスプレ、そして村上春樹-」 『早稲田大学総合人文科学研究センター研究誌』, 早稲田大学総合人文科学研究センター, Vol.1, 2013.
- 福田一史・中村彰憲・細井浩一, 「産学公連携による地域映像産業振興事業と内発的発展における外来要因の役割--「大秦戦国祭り」を事例とする参与観察的研究」, 『立命館映像学』, 立命館大学映像学会, Vol.2, 2009. pp.85~100.
- Winge, Theresa, "Costuming the imagination: Origins of anime and manga cosplay." Mechademia, University of Minnesota Press, Vol.1, 2006. pp. 65~76.
- 부천국제만화축제, ‘사진 콘테스트’ , 2014. 8. 30. 확인.  
<http://bicof.com/index.php/%EC%82%AC%EC%A7%84-%EC%BD%98%ED%85%8C%EC%8A%A4%ED%8A%B8/>
- 부천시의회사무국, "재정문화위원회회의록", 부천시의회. 2014. 7. 25, 2015. 1. 9. 확인  
<http://council.bucheon.go.kr/CLRecords/Retrieval2/index.php?file=7C1110197031.html&daesu=7>
- 선정우, 국내 동인지 & 동인 행사의 역사. 2001. 4. 9, 2016. 1. 28. 확인  
<http://mirugi.com/k/com/ktacj080.html>
- 松本真治・山村高淑, 「鷲宮×『らき☆すた』タイアップの経緯とその後の展開年表」, 『アニ玉祭(アニメ・マンガまつりin 埼玉)』, 埼玉県・公益財団法人埼玉県産業文化センター 2013. 10. 29.  
<http://hdl.handle.net/2115/53425>
- 矢野経済研究所, “「オタク」市場に関する調査結果 2015”, 2016. 1. 15, 2016. 3. 8. 확인  
<http://www.yano.co.jp/press/pdf/1489.pdf>
- Miller, Ron, "Was Mr. Skygack the First Alien Character in Comics?" 2013.9.19. 2015. 1. 6. 확인.  
<http://io9.com/was-mr-skygack-the-first-alien-character-in-comics-453576089>

## ABSTRACT

### The Research of User Experiences of Participants of Public Comics Festival – In the center of Cosplay Sector of Bucheon International Comics Festival

Chang, Jun-Do · Yoon, Wn-Ho

Recently, by growing of Korean comics/animation markets and number of consumers, the more people have been reproducing culture contents into derived contents. However, user experience of active users who enjoy these cultures have not been accepted well like other local culture festivals in South Korea, though there are high potentials of vitalization comics/animation festivals using the active users.

In this study, the experiences of participants of BICOF (Bucheon International Comics Festival) from 2013 to 2014 researched using the method of ethnography, especially using (group) interviews and participant observations. The result from the research indicates that cosplayers have limited range of participation inside of festival. And they have negative experiences during their participation into festivals. Therefore, this study suggests necessity of methodology of continuous reflecting of the user experiences of active users into festival, for the solution of the successful festival, who was objectified in the festival.

Key Word : Regional Culture Festival, Cosplay, User Experience, Objectification

장준도

인하대학교 문화경영학과 박사과정

(22212) 인천광역시 남구 인하로 100 인하대학교 5동501 문화경영심리연구소

Jdchang@icloud.com

윤은호

인하대학교 문화경영학과 박사수료

(22212) 인천광역시 남구 인하로 100 인하대학교 5동501 문화경영심리연구소

eripu@inha.edu

논문투고일 : 2016.02.01.  
심사종료일 : 2016.02.22.  
게재확정일 : 2016.03.03.