

[Original Article]

Korean tattoo from the perspective of Jean Baudrillard's consumer theory

Gahyun Kim and Jisoo Ha^{*†}

Ph.D. Candidate, Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design,
Seoul National University, Korea
Professor, Dept. of Textiles, Merchandising and Fashion Design,
Seoul National University, Korea^{*}

장 보드리야르의 소비 이론의 관점에서 본 한국인의 문신

김 가 현 · 하 지 수^{*†}

서울대학교 의류학과 박사수료, 서울대학교 의류학과 교수^{*}

Abstract

In this research, we conducted an empirical study using the theory of sociologist Jean Baudrillard to examine the phenomenon of contemporary people in Korea acquiring tattoos. The researcher classified the consumption behavior of modern society, as described by Baudrillard in *The Consumer Society*, into three keyword phrases: consumption by personal taste, coded consumption, and recyclage of consumption. Using this as the premise of the study, 18 men and women in their 20s and 30s completed questionnaires and interviews, and the results supported labeling tattoo consumption as consumption by personal taste, tattoos as coded consumption, and recyclage of tattoo consumption, similar to the consumption pattern that Baudrillard sees. First, the younger generations have consumed tattoos according to their personal preferences. They express themselves by tattooing for self-complacency, self-marking, pursuing individuality, overcoming the appearance complex, and seeking pleasure. Second, they have consumed socially coded tattoos. They say that tattoos domestically act as negative codes and symbolize individuals. Although tattoos are a symbol of artists who are relatively free from social norms, they are still a symbol of social misfits created as such by negative perceptions. Third, the pattern of tattoo consumption is like that of contemporary consumption. Tattoos already have become part of popular culture in Korea, and there has been a changing trend in tattoo culture. This study has significance in that tattoos were regarded as a consumption behavior that deviated, from the perspective of deviance. That phenomenon of today's tattoo culture of today was confirmed through the empirical study.

Keywords: *tattoo culture*(문신문화), *Jean Baudrillard*(장 보드리야르), *taste*(기호), *code*(코드화), *recyclage*(르시클라주)

Received March 15, 2018

Revised April 18, 2018

Accepted April 19, 2018

[†]Corresponding author
(jisooha@snu.ac.kr)

ORCID

gahyun kim

<http://orcid.org/0000-0001-9651-9664>

jisoo ha

<http://orcid.org/0000-0003-1615-8753>

This work was supported by
BK21 Plus project of the
National Research
Foundation of Korea Grant
funded by the Korean
Government.

I. Introduction

현대의 생산 효율의 폭증으로 인한 공급과잉의 시대에 접어들면서, 현대인들은

단순필요에 의한 소비에서 벗어나 개인의 유희적 욕구, 자기표현 등을 위한 소비로 관심을 옮겨가고 있다. 개인의 소비가 개인의 정체성을 구성하는 수단이 된 현재, 소비한 것을 시각화하여 드러낼 수 있는 몸에 대해 현대인들은 과거와는 달리 새롭게 인식하게 되었다(Baudrillard, 1970/1992). 자기표현의 수단으로 몸을 캔버스화하여 소비를 과시하는 현대의 거리를 Lautman(1994)은 움직이는 갤러리라고 표현한 바 있다. 즉, 몸을 치장하는 모든 것이 기호가 되어 개인을 표현하는 수단이 되는데, 옷, 액세서리, 화장, 성형, 체형관리, 신체변형 등을 포함한다. 신체변형 행위 중 하나인 문신은 피어싱과 더불어 가장 장식화된 현대적 신체 훼손이며, 문신 인구는 계속해서 증가하고 있는 추세이다.

문신은 인류 역사적으로 매우 오래 지속된 신체변형 행위이며, 수많은 지역에서 각기 다른 사회문화적 의미를 지니며 행해져 왔다. 북아메리카의 오지브와(Ojibwa)족은 두통 및 치통을 막기 위해 관자놀이, 뺨, 이마 등에 문신을 하여 치료목적의 주술적 문신을 하였다(Sinclair, 1909). 문신은 예방책의 역할도 하였는데, 주로 해양민족들이 물짐승들에게 해를 입자 수준 괴물의 형상을 새겨 주술적인 의미를 부여하였다(Cho, 2002). 문명이 일찍 발달한 사회에서는 문신을 원시적인 것으로 경시하는 경향이 있었다. 고대 중국은 문신을 처벌의 목적으로만 사용하였고, 이후 유교 문화를 받아들인 한국 및 동아시아 국가들에서도 문신은 형벌로 자리잡게 되었다(Cho, 2002). 반면, 남태평양 폴리네시아인들의 기하학적 패턴의 문신은 사회문화적 목적과 관계없이 오로지 장식의 수단이라고 보기도 할 정도로 세련된 예술이다(Gilbert, 2000/2004).

현대사회에서는 위와 같은 문신의 전통적 의미들이 변화되었다. 20세기 초반의 서양 학계에서는 문신을 야만적인 비 서양국가의 것이라고 보는 시각, 하위문화 및 범죄자 문화로 보는 시각 등으로 문신을 일탈행위로 간주하는 병리학적 시각으로 다루었지만(Caplan, Komaromi, & Rhodes, 1996; Gittleson, Wallen, & Dawson-Butterworth, 1969; Hamburger, 1966; Loimer & Werner, 1992; Newman, 1982; Post, 1968), 정신병자 및 범죄자 등으로 한정된 연구대상들은 대표성이 결여된다는 지적이 제기되기 시작하였다. 20세기 말의 학자들은 문신이 주류문화로 확대된

사회적 배경과 함께 개인적 동기에 집중하기 시작했다(Favazza, 1996; Govenar, 1988; Kosut, 2006a, 2006b; Lautman, 1994; Miller, 1996; Steward, 1990). Favazza (1996)는 고의적인 신체 훼손은 개인의 심리적 억압 상태에 대응하려는 흔적으로 볼 수 있으며 문신을 함으로써 개인의 신념이나 사회적 지위에 관한 영구적인 메시지를 전달하기도 한다고 하였다. Kosut(2006a)은 현대사회에서 문신이 만연해 있다는 점에서 패션이라고도 할 수 있지만, 제각기 모두 다르다는 점에서는 예술로 볼 수 있다고 하였다. 이처럼 문신은 의미가 변화 혹은 확대되면서 자기표현의 도구로 자리잡게 되었다.

한국은 고유한 문신문화가 발달하지 않은 국가이다. 고대 한국에서는 어부들이 지리적으로 가까이 위치한 일본의 주술적 문신 풍습을 따라 하면서 문신을 시작하였다(Cho, 2002). 삼국시대 이후 중국의 유교 사상이 유입되면서, 주술적 문신은 사라지고 형벌문신이 자리잡아 조선시대까지 이어졌다. 조선말에는 연인이 서로의 팔에 이름을 새기는 표식문신인 일본 기생들의 연비문화가 유행하기도 하였다(Lee, 2007). 현대에는 일본 야쿠자의 그림문신이 범죄자를 중심으로 유행하였으며, 서구 문화의 영향으로 패션 혹은 예술로 받아들여지기 시작하였다. 이처럼 한국의 문신 문화는 모두 외부로부터 유입된 문화이며, 문신을 하는 사회문화적 당위성이 부족하며, 외적인 장식 요소로 받아들여지는 경향이 강하다. 부모로부터 물려받은 신체를 훼손해서는 안 된다는 유교적 사상이 사회 전반적으로 남아있으며, 과거의 형벌문신이나 야쿠자 문신과 관련한 부정적 인식이 여전히 강하게 남아있어 한국에서의 문신은 개인에게 소비 이상의 가치를 요구하기도 한다.

국내 선행연구를 살펴보면 문신에 대한 사회학적 관점에서의 논의가 빈약하다. 서양과 마찬가지로 문신을 일탈행위로 보는 시각에서 시작하였지만, 대부분 피부과학회, 정신의학회 등에서 진행한 연구로, 환자, 수행자, 군인, 광산 근로자 등 신체검사를 진행하는 집단으로 연구대상을 한정하는 경향을 보인다(Bae, 1990; Bak, 1980; Han et al., 2003; Kim, 1991; Kim, Cho, & Houh, 1986; Lee et al., 2011; Lee, Seok & Lee, 1989; Yang & Kim, 1986; Yi, Kim, Cho, & Houh, 1987). 주로 현상 및 부작용, 임상 연구 등으로

병원에서의 실험연구가 주를 이룬다. 21세기 이후 젊은 세대를 중심으로 문신이 급격히 수용되었으나, 현대인들의 문신의 동기, 경험, 이해 등에 대해 집중한 연구는 거의 없으며, 연구 대상이 운동선수로 한정되었다(Kim & Kang, 2015). 타투 이미지를 차용한 타투 패션 관련 연구는 찾아볼 수 있다(Jang, 2008; Kim & Geum, 2016; Kim & Lee, 2007).

현대사회에서 소비는 매우 중요한 의미를 갖고, 몸은 가장 소구력 있는 재화로 소비된다(Lee, 2011). 몸은 가시적인 매개체로, 몸에 걸치는 의류, 신체장식 등 시각적으로 소통할 수 있는 모두를 포함하는 개념이다. 소비의 시각으로 몸을 바라보거나, 패션을 분석한 연구들이 꾸준히 이어지고 있지만, 영구적인 신체장식인 문신을 소비의 관점으로 바라본 연구는 부족하다. 본 연구에서는 현대소비사회에서의 자기표현의 도구로 문신을 소비하는 현대인들의 행동과 사회 현상을 장 보드리야르의 시각에서 심층적으로 살펴보고자 한다. 연구자는 문신을 한 한국의 20~30대를 대상으로 심층면접을 실시하였고, 장 보드리야르의 저서 「소비의 사회」에 나타난 소비이론에 입각하여 키워드를 도출하였다. 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제 1. 현대의 문신 담론과 장 보드리야르의 소비 이론을 살펴, 한국인의 문신을 분석할 수 있는 이론적 틀을 구축한다.
 연구문제 2. 이론적 틀을 기반으로 한국인의 문신 현상을 실증적으로 고찰한다.

II. Background

1. Discourse on contemporary tattoos

Shilling(1993)은 소비사회에서 개인의 몸은 개인의 내적 기질과 태도의 발현으로 보았다. 몸 그 자체뿐만 아니라, 현대인들이 몸에 더하는 의복, 액세서리, 화장, 헤어, 성형, 치장 등 시각적으로 드러나는 모든 것은 몸과 융합되어 개인을 표현한다. 문신 또한 현대의 소비사회에서 몸을 구성하는 주요 요소 중 하나이다. 문신 인구는 계속해서 증가하고 있는데, 현대의 문신은 개인마다 의미와 동기가 다양하기에 그 행위를 한 단어로 정의 내리기 어렵다. 21세기 이후 문신이 대중적으로 확산되면서, 문신을 하는 사람도 문신을 보는

사람도 문신의 의미를 과거와는 다르게 수용하기 시작했다. 현대의 문신에 대한 담론을 개인적 차원의 문신, 문신에 부여된 사회적 의미, 개성추구적 자기표현, 유행추구적 자기표현으로 분류하여 살펴보았다.

1) Personal aspects of tattoo

소유물은 경험, 기억, 감정 등을 구현하고, 정체성을 강화하는 역할을 하는데, 같은 맥락에서 소유는 자아의 연장이며, 남에게 보이는 자아의 상징이다(Velliquette, Murray, & Creyer, 1998). Sartre(1946/2008)는 개인의 행위와 삶은 분리될 수 없고, 행위로 자아를 실현시킬 수 있다고 역설한 바 있다. 문신은 영구적으로 몸에 지녀야 한다는 점에서 개인들은 문신을 신중하게 선택한다(Velliquette et al., 1998). 문신의 디자인, 컬러, 사이즈, 위치 등은 삶의 경험과 정체성의 상징이며, 공적 페르소나를 형성하는 기호시스템으로 볼 수 있다. Velliquette et al.(1998)의 연구에 따르면 문신은 피험자의 인생을 상징하는 스크랩북이며, 각각의 문신은 특정 개인, 특정 시간, 특정 공간 등과 깊은 관련이 있다. Kim and Kang(2015)은 심리적 불안, 불우했던 개인사, 상처 등을 극복하기 위해 치유의 의미를 부여한 문신을 새겼다고 했으며, 종교적인 믿음을 강화시키는 메타포로도 작용한다고 했다. 다시 말해, 현대인의 문신은 개인의 이상을 표현하기 위해, 사회적 기호를 개인적 의미체계로 취사선택하여 몸에 새기는 자기만족적 소비행위라고도 볼 수 있다.

또한, 현대에는 화장을 대체하거나 피부의 결손을 보완하거나 부분적인 탈모부위의 착색을 위한 수단으로서의 미용 문신을 개인 외모의 보안을 위해 적극적으로 활용한다(Back & Park, 2017). 미용 문신은 같은 문신임에도, 비교적 넓은 부위에 디자인되는 패션 문신과는 달리, 국내에서의 인식도 긍정적이며, 다양한 연령대에서 시술된다.

2) Social meanings given to tattoo

현대 사회에서 불평등한 기호의 차별은 단순히 부나 지위의 차별이라기보다는 문화적, 개성적 차별이다. Merleau-Ponty(1996)는 개인은 지각되는 타인의 몸을 통해 타인을 인식하며, 이를 통해 사회적 소통을 한다고 하였다. 개인의 소비는 사회적으로 그 자신을 상징하게 되는데, 패션으로 표현되며, 시각적으로 큰

효과를 나타낸다. 고대 발칸 반도의 트라키아(Thracia)인에게 문신은 높은 신분의 상징이었고, 반대로 문신이 없으면 낮은 신분을 뜻하였다(Lee, 2006). 19세기 프랑스의 중상류층은 무법자들이나 문신을 하는 것이라는 편견을 가졌고(Gilbert, 2000/2004), 당대의 범죄학자는 문신의 유무로 범죄성을 판단하기도 하였다(Caplan, 2000). 18세기 영국에서는 문신이 서구인과 섬나라 사람을 구분하는 잣대로 작용하였다(Lee, 2006). 사회적으로 문신은 단순한 신체변형이 아니라 그 이상의 의미를 갖는다.

문신에 대한 인식은 최근으로 갈수록 변화하고 있는 것은 사실이지만, 전통적인 고정관념은 여전히 존재한다. 즉, 현대의 패션 문신에도 과거 조직 폭력배 및 야쿠자 등 범죄자의 문신문화나 스킨헤드, 펑크, 힙합 등 하위문화의 잔상이 남아 있다. Halnon and Cohen(2006)에 따르면 중산층 남성은 오토바이나 근육을 선택해서 남성성을 강화하는 것처럼, 남성성을 재확인 받기 위해 노동계급 및 하위문화의 상징인 문신을 채택한다. 이처럼 개인이 소비하는 문신에는 사회적 기호 및 상징이 내포되어 있기에, 개인은 타인의 인식 속에서 차별적인 개인으로 위치한다.

3) Tattoos seeking individuality

대중은 개성을 추구하기 위한 물질적 재화의 소비를 넘어 몸의 소비에 집중하고 있다. Bourdieu and Zantotti-Karp(1968)는 몸을 사회적 현상으로 규정하며, 현대인들은 남과 차별되는 상징적 몸을 소유함으로써 자신의 가치를 인정받으려 한다고 하였다. 다이어트, 몸만들기, 성형과 같이 몸의 형태를 인위적으로 변형시켜 미적인 효과를 노릴 뿐만 아니라, 문신을 통해 피부 표면의 변형과 장식을 통해 자아를 표현하기도 한다. 운동선수는 경기에서 눈에 띄기 위한 수단으로 문신을 하기도 하는데, Kim and Kang(2015)에 따르면, 이는 문신을 통해 자신의 기량을 강조하고자 하는 개성적 자기표현이다.

다이어트 및 성형은 집단적으로 당대의 단일한 이상적인 미를 추구하는데 반해, 문신은 단순히 각기 다른 디자인의 상징적인 기호와 관련된다. 각 문신의 디자인에는 개인의 개성적인 기호가 반영되어 있으며, 이를 통해 개인들은 적극적으로 개성을 표현한다. 패션문신은 보드리야르가 강조한 현대의 개성을 잘 설

명해준다. 개성을 표출하는 방식이 어느 정도 균등화 되었으나, 타인과의 구별 짓기는 현대의 몸의 소비에 대한 논의와 맞닿아 있다(Baudrillard, 1970/1992). Kosut(2006a)은 현대 사회의 문신은 패션이라고도 할 수 있지만, 각각이 모두 다르다는 점에서 예술이라 한 바 있다. 같은 패턴, 같은 디자인의 기성복과 달리 동일한 디자인을 시술하더라도 개인의 취향 및 신체 특성, 타투이스트의 작품 색에 따라 독특하고 유일한 문신을 갖게 된다.

4) Fashion conscious tattoos

개인은 결국 개성 추구를 위한 문신을 한다고 볼 수 있으나, 이는 동시에 대중문화가 제시하는 기호 코드를 공유하는 것이며, 유행을 따르는 것이다. 미디어 문화에서 영향을 받아 문신 디자인을 고르는 경우도 많은데(Velliquette et al., 1998), 디자인을 선택할 때 연예인이나 개인적으로 동경하는 준거집단의 문신을 참조하는 경향이다. 유행하는 액세서리나 옷을 소비함으로써 만족감을 얻는 행위와 유사하다. Kjeldgaard and Bengtsson(2005)은 패션을 추구하기 위해 문신을 한 현대인들은 문신에 큰 의미를 부여하지 않으며, 문신을 액세서리의 하나로 소비한다고 밝혔다. 때문에, 개인들 간에 유사한 문양이 유사한 부위에 위치하는 경우를 쉽게 찾아볼 수 있으며, 문신은 유행을 이루는 패션과 크게 다를 것 없이 소비의 일환으로 자리 잡았다. 다만, 문신을 유행으로 볼 수 있을지라도 Kosut(2006a)은 다른 소비품들과 달리 문신은 몸에 남아 사라지지 않기 때문에 아이러닉 패드(ironic fad)가 될 것이라 하며, 문신은 현대의 유행이지만 패션의 다른 형태처럼 급속하게 소멸되지는 않을 것이라고 보았다.

2. Discourse on Korean tattoos

앞서 고찰한 현대의 문신 담론은 서양에서 논의되고 있는 문신의 현주소이다. 한국의 경우, 문신현상의 수용 및 확대의 속도가 서양과는 차이가 있기에 담론 또한 서양의 것을 그대로 적용하기에는 어려움이 있다. 따라서 한국 문신문화의 역사를 고찰하고, 그 특수성을 논의하고자 한다.

1) The history of Korean tattoos

한국은 자체적인 문신문화가 부재하였으며, 외국으

로부터 받아들여진 문신문화를 가지고 있다(Kim & Ha, 2018). 시대마다 각기 다른 국가들의 다른 문화를 받아들였기에 역사적으로 사회문화적 의미가 변화해 왔다. 이를 시대순으로 고찰하면 다음과 같다.

고대 문신에 대한 사료는 국내의 문헌이나 유물로 남아있지 않지만, 외부 사료를 통해 알 수 있다. 「三國志」, 「後漢書」, 「晉書」, 「漢書」, 「隋書」 등 중국 고서를 살펴보면 일본 등 해양 민족이 물집승으로부터 신체를 보호하기 위한 주술적 목적으로 문신을 한 기록이 있으며, ‘한국에서는 왜와 같이 바늘로 몸뚱이에 먹물을 넣어 글씨나 그림을 그린다’는 기록이 남아 있다(Cho, 2002). 고대 한국에서는 일본의 풍습을 남쪽 지역의 어부들이 따라 하면서 문신을 시작하였다고 유추할 수 있다. 삼국시대에는 중국의 유가 사상이 수용되면서 고대의 문신풍습은 기록상 단절되었고, 중국의 형벌 체계를 수용한 형벌문신으로 기록에 나타난다(Lee, 2007). 고려시대에도 문신은 죄목을 얼굴에 영구적으로 새겨 범죄자를 사회적으로 격리시키는 형벌로 자리 잡았고, 조선시대까지 이어졌다.

조선시대에는 죄질이 비교적 가벼운 경우에도 형벌문신을 가하였기에 고려시대에 비해 빈번하게 행해졌다(Lee, 2007). 유교 문화를 향유했던 우리나라에서 몸에 영구적인 낙인을 남기는 형벌문신은 부모로부터 물려받은 신체를 훼손하는 패륜적인 행위였다. 때문에 형벌문신은 사회로부터의 격리를 의미했다. 또, 조선시대에는 연인이 서로의 팔에 애정문신인 연비(聯臂)를 새기기도 하였는데(Lee, 2007), 이것은 일본 기생들에게서 유행한 것이 받아들여진 것이다. 표식문신으로 볼 수 있는 연비는 의복으로 은폐할 수 있다는 점에서 20세기 말까지 비밀리에 유행하였다.

현대 한국에도 우정 및 사랑에 대한 증거로 같은 글귀나 그림을 새기는 사례가 많아, 연비와 유사한 문신이 나타난다. 현대인들은 사회적 소속감 및 유대감을 위한 문신, 개인 가치관을 표현하는 문신 등을 새겨 정체성을 재구성하는데(Lane, 2014), 최근 한국에서도 이런 경향이 나타난다. 20세기에는 힙합문화와 같은 하위문화에서만 부분적으로 받아들여졌지만, 현재는 젊은 세대를 중심으로 패션추구를 위한 문신이 대중적으로 받아들여진다. 이처럼 패션으로서의 문신에 대한 인식은 차츰 나아지는 경향이지만 여전히 기성세대로부터 부정적인 시선을 받는다(Kim & Ha,

2018).

2) The uniqueness of Korean tattoos

한국의 문신문화는 역사적으로 외부로부터 유입된 문화이다(Kim & Ha, 2018). 고대에는 일본으로부터 주술적 장식을, 중세에는 중국의 형벌체계를 받아들여지면서 문신이 자리잡았다. 조선시대에는 형벌문신과 함께, 일본의 연비 문화를 받아들여 결의문신까지 받아들여졌다. 현대에는 일본 야쿠자의 그림문신이 범죄자를 중심으로 퍼져 나갔으며, 미디어의 발달로 서구 문화가 유입되면서 문신이 패션 혹은 예술로 받아들여지기 시작하고 있다. 다시 말해, 한국은 비문신사회로, 자체적인 문신문화가 존재하지 않고, 기록상 존재하는 것도 모두 외부로부터 유입되었다.

그 원인을 한국의 사회문화적 배경에서 찾을 수 있다(Kim & Ha, 2018). 세계사적으로 보면 종교를 기반으로 세워진 그리스와 로마, 서구 유럽, 동양의 중국 등의 사회에서는 문신이 사회적으로 금지되어 왔다(Lee, 2007). 이유는 문신의 주술성 때문인데, 문명이 발달한 사회에서는 주술에 의존하기보다는 종교에 의존하였다. 과거부터 중국의 유불도 사상에 영향을 받아온 한국은 문신은 야만적이라는 인식과 범죄자라는 인식 등 역사적으로 내재된 가치관 때문에 자체적인 문신문화가 발달하기 힘들었다.

비문신사회인 한국에서는 문신을 드러내는 것에 대한 사회적 거부감이 있어 왔다(Kim & Ha, 2018). 형벌문신은 가리고 싶지만 가릴 수 없는 표식이었고, 결의문신은 당사자들 간의 은밀한 표식으로써 남에게 드러내지 않는 것이었다. 현대에도 사회적 부적응자라는 낙인 때문에 공적 장소에서는 옷으로 가리곤 한다. 과거에 비해서는 시선이 그나마 완화되긴 하였지만, 여전히 대중매체에서는 문신이 있는 출연자가 문신한 부위를 테이프로 은폐한 후 촬영하거나, 후보정을 통해 모자이크 처리하는 등 가려야 하는 것으로 인식된다(「Broadcasting Act」, 2016).

그 배경으로는 한국인의 유교적 신체관을 들 수 있다. 16세기 사림들은 신체발부 수지부모 불감훼손 효지시야의 내용을 담고 있는 「孝經」과 「小學」을 한글 서적으로 펴내면서 귀천에 관계없이 온 백성들을 교화하였고, 이 시기부터 본격적으로 유가적 신체관이 내면화되었다(Gilbert, 2000/2004). 한국인들은 근대

에도 을미개혁 시 단발령에 반발하며 유교적 신체관을 고수하였고, 이러한 내면화는 현대에도 사회적으로 잔존해 있다. 따라서 그들에게 문신은 신체를 영구적으로 훼손하는 것이기에 불효이자 반항으로 느껴지는 것이다. 하지만 이 거부감은 주로 기성세대에서 나타나는데, 현시점의 기성세대들은 효를 기반으로 한 근대적 교육을 받은 마지막 세대이기 때문이다(Kim & Ha, 2018).

하지만, 서양의 포스트모더니즘 기반의 교육을 받은 세대는 신체에 대한 주체권을 행사하기 시작했는데(Namgung, 2015), 이후 한국에 문신문화가 급격히 수용되었다. 현대 한국에서는 유교적 신체관이 내재화된 기성세대와 탈 근대적 사고방식을 습득한 젊은 세대 간의 갈등이 존재한다(Kim & Ha, 2018). 이를 증명하듯, 국내 현행 의료법상 비 의료인의 문신 시술이 불법이며(「Medical Service Act」, 2015), 방송통신 규정상 공영 매체에서 문신은 가리고 방송되는 등(「Broadcasting Act」, 2016), 사회적 규제 또한 실재한다. 그럼에도 불구하고 2017년을 기준으로 국내의 문신 시술 추정인구는 100만 명이다(Kim & Ha, 2018). 소수의 하위문화 구성원도 아닌 다수의 젊은 세대들이 부정적인 사회적 시선에도 불구하고, 문신을 하는 국내의 현상은 최근 서양에서 논의 중인 소비재로서 문신을 바라보는 시각으로 설명될 수 있을 것이다. 따라서 다음 장에서 보드리야르의 소비이론을 정리하여 본 연구의 논의의 틀을 마련하고자 한다.

3. Jean Baudrillard's consumer theory

보드리야르에 따르면, 현대는 ‘상품’의 과잉, 누적, 희소성의 결여 등으로 인한 물질적 풍요의 시대이다. 물질적으로 효율적인 소비를 하는 것보다 상품의 ‘기능’ 너머에 있는 ‘기호’를 소비한다. 소비의 대상은 실제 물체에 머무르지 않고 활동, 분위기, 문화, 관계 등 비실제적인 재화로 광범위하게 확대되었다. 현대 사회에서 인간의 대표적인 소유물인 몸은 미디어에서, 또 일상에서 쉽게 소비된다. 개인의 몸 관리 및 몸 통제 는 소비 및 자산으로 인식되며, 취향으로 자리잡게 되었다. 보드리야르의 저서 「소비의 사회」에서 그는 현대의 소비를 크게 개인적인 기호, 사회적인 구조, 대중매체문화의 측면에서 바라보았다. 이를 기반으로 본 연구에서는 그의 소비 이론을 기호에 따른 소비,

코드화된 소비, 소비의 르시클라주로 나누어 살펴보고, 보다 명확하게 패션 소비와 연결시키고자, 비교적 관련성이 낮은 섹스, 여가, 배려 등의 키워드는 포함하지 않았다.

1) Consumption by personal taste

현대인의 소비활동을 가장 잘 설명해주는 단어는 쇼핑이다. 보드리야르는 그의 저서 「소비의 사회」에서 쇼핑의 특징으로 사물과의 장난, 유희 및 조합가능성 등으로 설명한다. 과거의 백화점과 달리 현대의 쇼핑 배경을 드럭스토어(drugstore)라고 규정하는데, 백화점에서는 목적에 따라 상품이 규칙적 배열을 갖고 배치되어 있어 소비자가 놀이 삼아 뒤적이지 못하는 수동적인 쇼핑이 일어난다면, 드럭스토어는 문화적 기호의 혼합으로 이루어져 소비자의 능동적 쇼핑이 가능한 형태이다(Baudrillard, 1970/1992). 상품을 효율적으로 판매하기에 적합한 백화점은 쇼핑의 최적화를 위해 늘 같은 온도와 습도를 유지하며 보편화된 경험을 제공하지만, 포스트모던 사회의 드럭스토어는 상품을 쇼핑의 효율성을 위해 전시하지 않고 기호에 따른 즐거운 소비경험을 제공한다. 즉, 물품 그 자체의 유용성에 ‘분위기’라는 첨가물이 결합되어 드럭스토어를 구성한다(Baudrillard, 1970/1992). 보드리야르는 드럭스토어를 사회 현실의 승화물이라고 이야기하며, 사물의 누적에는 총합 그 이상의 것이 있어 물질적 차원 너머에 있는 분위기를 발산하는 것이라 했다(Ryu, 2013). 현대인들의 소비는 단순히 사물 그 자체의 기능성을 구매하는 과정이라기보다 기호를 소비하는 것으로, 사물을 구매함으로써 얻어지는 자기만족 욕구를 충족하는 것이다(Baudrillard, 1975/2011).

2) Coded consumption

생필품의 과잉 생산으로 인한 소비의 균질화는 희소재화로 인한 계급화로 이어진다. 과거의 재화의 유무로 인한 계급화를 지나 현대는 희소 재화의 유무로 인한 계급화 시대이다. 특히 보드리야르가 “소비가 모든 사람의 속성이 될 때에는 그것은 더 이상 어떤 의미도 갖지 못하게 될지도 모른다”고 했듯이, 현대에는 소비를 통한 재화의 소지가 균등화된 만큼 새로운 차별이 등장하게 되었다(Baudrillard, 1970/1992). 소비의 불평등은 소멸한 것이 아니라 의미가 전이되었으

며, 더 나아가 소비는 사회 내에서의 차이를 두드러지게 하는 역할을 한다. 소비의 과정 중 분류 및 사회적 차이화의 과정에서 사물은 지위상의 가치로 정의되며, 지위상의 가치를 통해 개인적 가치를 추구하게 된다. 현대인들은 더 이상 사물을 그 사용 가치에 입각하여 소비하지 않으며, 타 집단과의 분리를 위한 지위에 입각한 소비를 한다. 즉, 사람들은 타인과 자신을 구별 짓는 기호를 사물에 부여하여 소비한다는 것이다. 보드리야르는 소비의 관점에서 여가는 노동을 하지 않는 시간을 의미하며, 새로운 의미로 재생산되어 소비로 환원된다고 하였다(Choi, 2016).

모든 소비는 소비자의 사회적 배경, 환경, 생각, 라이프스타일 등을 표현하게 되며, 개개인이 소비하는 재화에는 사회적 차별을 야기하는 요소가 포함된다. 소비는 의미작용의 질서를 따르는데, 보드리야르는 ‘코드(code)’라는 현대의 소비사회의 산물을 강조한다. 코드를 통해 사회는 소통하며 개인을 기호화한다(Choi, 2016). 사람들은 소비행위를 할 때, 무의식중에 코드화된 가치들의 생산 및 교환 체계에 관여하게 된다. 코드는 강한 지배력을 갖고 정치, 경제, 문화, 이데올로기적인 기능을 수행하고, 문화적으로 소집단을 구분한다(Ryu, 2013).

3) Recyclage of consumption

르시클라주(recyclage)는 재교육을 의미하는 프랑스어인데, 현대사회에서 시대의 흐름에 맞추어 지식 및 기술의 재습득을 의미한다(Baudrillard, 1970/1992). 소비사회에서 르시클라주라 하면 유행의 주기를 의미하게 되며, 사람들이 일정한 주기마다 최신의 트렌드를 알고 그에 맞춰 재소비를 하게 되는 것을 암시한다.

현대인들은 개성의 추구를 강요받는데, 이는 본질적으로 개성이 없음을 역설하는 것이다. 산업의 발전은 개인 간의 차이를 없애고, 개성과 생산물을 균질화하는 동시에 차이에 따른 또 다른 지배의 길을 열었다. 보드리야르는 차이의 승배는 차이의 상실에 근거한다고 하였다. 다시 말해, 현대에 ‘차이’는 개인의 개성으로서의 차이를 의미하는 것이 아니라, 서열화된 가치에 복종하는 차이를 의미한다. 균일화된 차이를 위해 개인은 기호가치를 소비하지만, 이는 대중매체가 만들어낸 차이이다. 차이를 추구할수록 차이는 사라지며, 차이가 사라질수록 사람들은 다시 차이의 욕

구에 집착하게 된다(Choi, 2016). 명품 선호 욕구는 역설적으로 명품의 대중화를 야기한다. 오늘날에는 개성화를 위해 모든 것이 동일한 방식으로 생산되고 소비될 수밖에 없으며, 개성화는 반복해서 재생산된다.

소비자는 끊임없이 기호에 대한 질문을 받고 대답하도록 강요받는데, 하나 또는 다수의 코드를 개인들이 무의식적으로 받아들여도록 훈련시키는 것이 대중문화이다. 소비사회에서 특별한 것을 추구하는 독자성의 향유는 결국 집단적 특성이 반영된 것이며, 이러한 현대의 소비행태를 보드리야르는 미디어에 의한 조작 및 통제の結果라고 본다(Choi, 2016). 대중문화는 대중에 의해 만들어지는 것이 아니라, 대중매체에 의해 정형화되며(Flusser, 1997), 새로운 르시클라주를 낳는다.

III. Method

1. Research subjects and data collection

보드리야르의 관점에서 한국인의 문신 동기를 심층적으로 살펴보기 위해 피험자 18명의 문신경험에 대한 면담을 진행하였다. 자료 수집은 2017년 12월부터 2018년 2월까지 진행되었고, 연구 참여자는 눈덩이 표집법(Snowball Sampling)을 통해 모집하였다. 면담은 반구조화된 질문지를 바탕으로 30분 내외로 진행되었고, 면담내용은 사전 동의 후 녹취하여 전사하였다. 면담 시의 질문 내용은 문신에 관한 개인적 경험, 사회적 경험, 문신에 대한 개인적인 생각 등으로 구성되었다. 참여자가 동의할 시 부위별 문신 사진을 제공받았다. 면담에 참여해준 피험자는 9명의 여성과 9명의 남성, 총 18명의 성인이었고, 11명의 20대와 7명의 30대로 구성되었다. 본 실증 연구의 전 과정은 서울대학교 생명윤리위원회의 심의를 준수하였다(IRB No. 1712/001-011). 연구 참여자들의 개인적 특성은 <Table 1>과 같다.

2. Data analysis

녹음된 면담 내용을 전사한 기록지를 바탕으로 텍스트 분석(textual analysis)을 실시하였고, 과정은 다음과 같이 진행되었다. 첫째, 전사 작업 단계로 녹취록 및 사진 등 면접을 통해 획득한 모든 자료를 컴퓨터에 체계적으로 기록하였다. 둘째, 수집된 자료를 반

<Table 1> Feature of interviewee

Gender	Subject	Age	Occupation	The number of tattoos	Age at first tattoo	Removal experience
Male	A	26	Undergraduate student	6	20	N
	B	29	Videographer	Whole body	20	Y
	C	29	Designer	5	28	N
	D	29	Office worker	2	24	N
	E	29	Office worker	5	20	N
	F	30	Producer	2	29	N
	G	32	Office worker	1	23	N
	H	32	Videographer	2	26	N
	I	37	Actor	15	34	N
Female	J	25	Barista	5	22	N
	K	26	Animator	1	23	N
	L	27	Graduate student	2	26	N
	M	28	Military officer	1	23	Y
	N	29	Unemployed	1	24	Y
	O	29	Office worker	1	25	N
	P	30	Office worker	1	26	N
	Q	31	Office worker	3	24	N
	R	31	Graduate student	1	30	N

복해서 읽고 텍스트 내용에 코드(code)를 부여하는 부호화 과정을 진행하였다(Saldaña, 2015). 셋째, 부호화 과정을 여러 차례 반복하여 범주를 생성하고, 전문가들과 협의하여 주제적 용어를 부여하였다(Table 2).

IV. Results and Discussions

자료 분석 결과, 현대인들의 문신 소비 양상은 장 보드리야르의 소비 이론을 바탕으로 도출한 세 가지의 범주와 유사하게 나타났다. 연구 참여자들은 문신을 하고자 할 때, 취향, 신념, 취미 등 개인의 기호에 따라 소비하는 모습을 보여 ‘기호에 따른 문신 소비’를 하였고, 개인의 문신 소비가 사회적으로 차별화된다는 사실을 인지하며 ‘코드화된 문신’을 소비하였다. 문신이 본인을 차별화 해준다고 볼 수도 있지만, 결국은 문신 문화가 대중화 되면서 ‘문신의 르시클라주’를 나타내었다. 다만 추가적으로 현대인들이 문신을 소

비적인 측면에서 접근하는 것에서 더 나아가 타투이스트의 ‘작품’의 가치를 인정함으로써 문신을 예술로서 인정하는 관점도 확인할 수 있었다.

1. Tattoo consumption as consumption by personal taste

현대인들은 개인의 기호에 따라 문신을 소비하였고, 다양한 동기가 존재하였다. 피험자들은 문신이 내적으로 자기만족에 기여하고 외적으로 자기표식을 하는 역할을 한다고 하였다. 또, 문신을 통해 개인적인 외모 콤플렉스를 극복하였다는 피험자도 존재했으며, 대부분의 피험자들은 문신이 본인의 개성을 강화해준다고 생각하였다. 쾌락 행위의 한 수단으로서 문신을 한 사례도 나타났다.

1) Self-complacency

다수의 피험자들은 문신 동기로 자기만족에 대해

<Table 2> Examples of coding process

Summary of key statements	Code	Category	Class
“I think tattoos on visible arms or legs indicate ‘I am doing free work’. We cannot do it in a social atmosphere.”	Symbol of artist	Tattoos on the social level	Coded tattoo
“I heard the most saying, ‘What are you going to do when you get married later? What are you going to say to your baby?’, and I thought it was none of their business...”	Negative perception		

언급하였다. 문신의 경험은 스스로에게 의례적 수단으로 작용하는 경우가 많았으며, 내적인 자아 충족을 해주는 것으로 나타났다. 문신을 하기 전후의 자아에 차이가 있다고 밝힌 피험자는 문신을 소비한 경험 자체가 본인에게 긍정적인 작용을 한다고 밝혔고, 자기 만족에 크게 기여했음을 강조하였다.

“저는 제가 지금까지 ‘내가 이러 이러한 사람이야’ 라는 것에 대해서 주저하고 부끄러워하고 남들 시선 의식하는 것에서 벗어나는 디딤돌이 될 수 있었던 것 같아요. 확실히 하기 전과 후가 저는 너무 다른 사람이에요. 건강하게 자아를 찾아가려고 하는 용기를 가질 수 있었어요.” -피험자E(배우, 남성, 37세)

본인만을 위한 문신을 하는 현대인들이 늘고 있음을 확인할 수 있었다. 남들이 볼 수 없는 은밀한 부위에 문신을 새기거나, 남들이 알 수 없는 디자인으로 문신을 하여, 사적이고 개인적인 문신을 소유하는 경우이다.

“우리나라에서는 옛날에는 좀 과시용? 타인을 의식하는 문신이 많았다면, 지금은 스스로를 위한 문신이 많은 것 같아요. 어떤 사람은 흰색 잉크로 아예 보이지 않게 타투하는 사람도 있거든요. 그리고 정말 조그맣게 나만 알 수 있는 자리에 하는 사람들도 있고 하거든요. 옛날에는 문신하면 용, 호랑이 이런 걸로 위협 주고 이런 거라면, 지금은 소소하게 자기만족으로 하는 것 같아요.” -피험자Q(회사원, 여성, 31세)

2) Self-marking

앞서 나타난 자기만족이 내적으로 나타내는 자기

표현이라면, 자기표식은 외적으로 나타나는 자기표현으로 볼 수 있다. 개인의 종교적 신념의 표현, 좌우명과 같은 기록, 본인만의 표식을 나타낸 것일 수도 있으며, 연인, 친구 간의 애정의 표식일 수도 있다. 18명의 피험자 중 5명이 종교적인 의미를 담은 문신을 하였다.

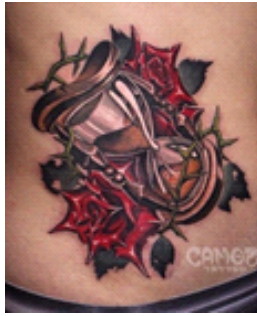
“일단 십자가는 제가 기독교인이라는 것과, 제 존재에 대해서 다시 한 번 생각해볼 수 있게 하는 의미인 것 같아요. 성경 구절 같은 경우는 이사야서 6장 8절의 내용인데요, 영웅적인 행동을 하는 이사야라는 선지자의 모습이, 그 어려운 상황에서도 ‘내가 먼저 뭘가를 하겠다’라고 하는 그 모습이 저한테는 신념처럼 다가왔고요. 그래서 그 걸 꼭 담고 싶어서 새기게 된 것 같아요.” -피험자F(프로듀서, 남성, 30세)

12명의 피험자가 본인의 개인적인 신념 및 좌우명을 몸에 새겨 넣었다.

“인생 한 번이고 시간은 다시 안 오니까 그때 그때 재미있게 살자 라는 의미에서 모래시계를 골랐어요.” -피험자D(회사원, 남성, 29세; Fig. 1)

“‘Artists use lies to tell the truth’. 영화 브이포벤 데타(V for Vendetta)에 나왔었던 주인공 대사인데, ‘정치인은 진실로 거짓을 말하고, 예술가는 거짓으로 진실을 말한다’고 해서 그 영화 대사를 새긴 거예요.” -피험자C(디자이너, 남성, 29세)

본인만의 특징 및 이니셜, 일화 등을 새겨 넣어 세 상에서 단 하나뿐인 개인적 표식을 새긴 사례도 쉽게 찾아볼 수 있었다.



<Fig. 1> Hourglass tattoo.
Photographed by the
author.
(November 4, 2017).



<Fig. 2> Lettering tattoo.
Photographed by the author.
(January 18, 2018).



<Fig. 3> Lettering tattoo.
Photographed by the author.
(December 27, 2017).

“제가 예전에 활동했었던 이름이 mg 라는 이름 이
니셜인데, 뭔가 그런 거 있잖아요, 디자이너들은
의미 풀어쓰기? 많이 하는데, 그렇게 해가지고
Makes Gorgeous로 해서 새겼고...” -피험자C(디
자이너, 남성, 29세; Fig. 3)

또한, 본인이 아닌 친구, 연인, 부모님 등 사랑하는
사람들 및 그 연결을 기록하기 위해 문신을 한 경우도
많았다. 과거 조선시대에는 연인이 서로의 팔에 애정문
신인 연비(聯臂)를 새기기도 하였는데(Lee, 2007), 현대
에도 여전히 흔하게 행해져 오는 것을 확인할 수 있었다.

“레터링한 거는 9월에 결혼하고 신혼여행을 갔는
데, 와이프랑 ‘unforgettable September’를 하자고
해서 터키에서 하게 됐어요.” -피험자E(회사원,
남성, 29세; Fig. 2)

“치골에 숫자로 125211이라고 적혀 있어요. 이제
할아버지 돌아가신 날짜랑 시간이거든요 12월 5일
2시 11분. 절 키워주신 분이 할아버지라 저한테
는 아버지보다도 더 큰 존재라서 그걸 잊지 않기
위해 새겨줬고.” -피험자A(대학생, 남성, 26세)

3) Pursuit of individuality

다수의 피험자들은 개성을 표현하기 위한 수단으
로 문신을 했다고 그 동기를 밝혔다. 피험자들은 문신
과 옷의 매치를 중요하게 생각하였고, 문신을 하나의
패션 아이템으로 받아들이고 있었다.

“타투를 패션이라고 볼 수 있다면, 타투 자체가 패
션이 될 수 있는 것 같아요. 똑같이 반바지를 입
어도, 다리에 문신이 없는 사람이 입는 거랑, 있
는 사람이 입는 거랑 그 반바지가 무엇인가는 안
중요해지는 것 같아요. 살을 드러내는 패션이 되
기 시작하면, 그게 반팔이든, 반바지든, 문신 자체
가 보여지는 것에 영향을 미친다고 생각해요. 보
는 순간 알게 되잖아요. 실제로 패션으로 문신을
하는 사람들도 있고.” -피험자H(배우, 남성, 37세)

“옷 입었을 때 살짝 살짝 보이면 예쁘다고 생각했
거든요. 하고 싶은 부위들도 그냥 예뻐 보이는 부
위에 하고 싶거든요. 손목이나 발목이나 이런 액
세서리 하는 곳들처럼. 그래서 그냥 특별한 의미
가 있다기 보다는 패션이죠 패션. 다만 영구적이
라는 게 약간 다른 아이템들이랑은 다르지만.” -
피험자N(무직, 여성, 29세)

현대의 문신은 개인의 소유물로서 개인의 기호를
반영하고 취향을 드러내는 역할을 한다. 피험자들 역
시 문신의 디자인을 결정할 때, 본인의 취향에 맞는
것을 취사선택하여 결정한다고 하였으며, 이를 보는
타인에게 본인의 취향을 드러내게 된다고 하였다. 즉,
문신의 디자인에 따라 개인의 성격, 성향, 기호, 개성
이 표출된다는 것이다.

“디자인도 장르가 다 다르지만, 자연스러운 수채
화 타투를 좋아하시는 분들도 있고, 정통 올드스

클 이런걸 좋아하는 사람들도 있고 이런 곳에서 성격이 드러난다고 생각해요. 취향 차이인 것 같아요.” -피험자J(바리스타, 여성, 25세)

“만약에 제가 조금 다른 성향의 사람이었다면, 다른 디자인을 선택했을 수도 있었을 거라고 생각해요. 제 취향에서는 이게 예뻐 보였어요...타투도 디자인이 되게 다양하잖아요. 어떤 건 아기자기하고, 어떤 건 무서운 것도 있고 그러니까. 똑같은 옷을 입어도 타투에 따라 느낌이 되게 다르니까. 디자인에 대해서는 자기를 표현할 수 있는 수단이 될 수 있다고 봐요.” -피험자N(무직, 여성, 29세)

피험자들 중 일부는 자신만의 고유한 특성을 강조하기 위한 디자인을 선택한다고 하였고, 문신이 여러 자기표현 방식 중 하나임을 강조하는 의견도 쉽게 찾아볼 수 있었다. 특히 개성을 표현하는 다양한 방법과 수단이 있지만, 기성복 위주의 패션 아이템과 달리 문신은 개개인의 맞춤형 디자인을 원하는 위치에 할 수 있어 더욱 특별하다.

“옷보다 더 훌륭하게 저의 정체성을 표현하는 정도의 느낌인 것 같아요. 또, 디자인이 중요하다라는 점이 타투가 옷이나 그 어떤 것보다 제 독특한 정체성을 잘 표현해준다는 의견에 일조하는 것 같아요.” -피험자E(회사원, 남성, 29세)

“자신을 표현하는 하나의 방식이라고 생각해요. 어느 것 하나 제가 관여하지 않은 디자인, 생각하지 않은 디자인이 없어요.” -피험자J(바리스타, 여성, 25세)

“처음 했을 때는 되게 자랑스러웠어요. 약간 hip해 보이고 간지 나 보이고, 그런 느낌.” -피험자L(대학원생, 여성, 27세)

“저는 도깨비나 그런 과한 것보다 좀 여성적인 걸 하고 싶었어요. 꽃에 그 여성성이 있으니까 그걸 강조하고 싶었어요.” -피험자N(무직, 여성, 29세)

따라서 남들과는 다른, 유일무이한 문신을 드러냄

으로써 개성적인 자기표현을 하려는 현대인들의 양상을 살펴볼 수 있었다. 피험자들은 문신을 한 몸에 대해 스스로 어떠한 이미지를 부여하여 소비하는 모습을 보였다. 그들은 원하는 이미지를 추구하기 위한, 혹은 완성시키기 위한 수단으로 문신을 선택하였다.

4) Overcoming the appearance complex

기술이 발달함에 따라 현대인들은 성형 및 미용시술을 통해 개인의 외모 콤플렉스를 극복하는 경향을 보인다. 문신은 피부에 직접 색을 입히는 시술로, 흉터를 내는 작업이기도 하지만, 피부의 결점을 보완하는 작업이기도 하다. 문신에 개인적인 의미를 부여하여 자아를 강화하는 동시에 이러한 기능적인 역할을 기대하는 피험자도 있었다. 외모 콤플렉스를 가리기 위해 문신을 선택하였고, 미용 문신을 언급하기도 하였다.

“등에 점이 하나 있는데 그걸 좀 예쁘게 가리고 싶었어요. 여름에 수영복 입거나 할 때 보이는 부위인데, 점이 좀 콤플렉스더라고요.” -피험자P(회사원, 여성, 30세)

“그리고 눈썹, 아이라인, 입술 문신처럼 미용문신도 문신 대중화에 큰 몫을 했다고 봐요. 저는 저 스스로도 미용문신을 먼저 했었는데, 자신감이 많이 생기더라고요. 또 오히려 큰 디자인 문신에 대한 혐오감을 많이 없애주고, 진입 장벽을 낮춰줬다고 해야 하나? 그래요.” -피험자Q(회사원, 여성, 31세)

5) Pleasure seeking

분위기에 휩쓸려 첫 문신을 한 경우도 쉽게 찾아볼 수 있었고, 이후 그 행위로부터 얻는 쾌락에 중독되어 계속 추가해 나간다는 사례도 있었다. 금기시되는 것을 건드렸다는 사실에 쾌락을 얻는다는 피험자도 있었던 반면, 단순한 유희의 한 형태로 바라보는 피험자도 흔하였다. 이러한 쾌락추구를 결국 개개인의 취미로 볼 수 있다는 의견도 나왔다.

“발리를 놀러 갔다가, 거기에 타투샵이 워낙 많고 그때는 약간 혈기에 부풀어 있을 때여서, ‘온 김에 하나 할까? 나중에 집에 가서 두들겨 맞자. 그냥

하자.’ 그냥 호기롭게 분위기에 휩쓸려서 이거 딱 하나를 받았어요.” -피험자E(회사원, 남성, 29세)

“사실 원래 걸리면 안 되는데, 지금까지는 안 걸리고 잘 있어요. 나름의 쾌락? 몰래 하고 있는 것도 그렇고, 또 할 수 있다면 더 하고 싶기도 하고.” -피험자M(군인, 여성, 28세)

“뭘 어떤 디자인이 하고 싶어서, 혹은 어떤 모습이 멋져 보여서 한 게 아니라 그냥 유행? 유행? 그런 걸로 하고 싶었던 거니까요... 첫 번째는 그냥 하고 싶어서 했는데, 하고 나니까 계속 생각이 나는 거예요. ‘아, 더 하고 싶다.’ 몇 년 지나서 또 했죠.” -피험자D(회사원, 남성, 29세)

2. Tattoos as coded consumption

문신은 그 흔적이 신체 표면에 가시적으로 나타나는 시술이다. 면대면 소통을 할 때, 현대인들이 소비하는 많은 재화 중에서도 문신은 시각적인 효과가 큰 재화인 것이다. 보드리야르는 소비의 과정 중 사회적 차별화의 과정이 있다고 설명한 바 있는데(Baudrillard, 1970/1992), 그런 면에서 문신 또한 사회적으로 위치를 결정 짓게 하는 코드로 작용한다. 피험자들에게 문신을 한 후 국내에서 사회적으로 받은 시선과 경험에 대해 질문하였을 때, 정도는 다양하였지만 전원이 불편함을 겪은 적이 있다고 답하였고, 타인의 개입에 있어 자유롭지 못한 현대의 소비를 꼬집은 보드리야르의 견해와 일치하였다.

1) Symbol of artists

피험자들은 문신의 소비가 개인의 사회적 지위를 드러내는 역할을 하는 데에 동의하였다. 특히 보수적인 조직생활을 하는 직업군에서는 문신 노출을 기피하는 경향을 보였으며, 아티스트나 제작자, 프리랜서 등 사회적 압박이 없는 직업군에서 문신 부위를 자유롭게 선택하였다.

“친구가 종아리에 문신을 했는데 노출이 잘 되고 잘 보이는 위치잖아요. 저는 회사를 다녀야 하니 그게 부럽더라고요. 잘 보이는 팔이나 다리에 하는 게 ‘나는 자유로운 일을 하고 있다’를 나타내

주는 것 같아서 부러워요. 사회적 분위기 상 아무나 할 수 있는 게 아니니까... 힙합하는 사람들 보면 부럽더라고요. 눈치 안보고 아무데나 할 수 있다는 것. 아티스트들이 그래서 부러워요.” -피험자D(회사원, 남성, 29세)

“제가 디자인 쪽이다 보니 젊은 분들이 많고 열린 분들이 많아서 제 문신을 봐도 별 신경 안 쓰시더라고요.” -피험자C(디자이너, 남성, 29세)

피험자C가 언급한 것처럼 주로 젊은 세대로 이루어진 사회에서는 문신에 대한 거부감이 크지 않지만, 기성세대를 중심으로 구성된 직업 사회에서는 여전히 문신에 대한 거부감이 큰 편이다. 현대 한국에서는 유교적 가치관과 탈근대적 가치관이 대립하여 세대 간의 갈등이 여전히 존재하기에, 문신은 사회적 시선으로부터 자유롭지 못하다(Kim & Ha, 2018).

2) Negative perception on tattoos

피험자 전원이 국내에서 사회적으로 불편한 시선을 받아본 적이 있다고 응답하였다.

“한국에서는 ‘어쩌려고 이런 걸 했어?’고, 외국은 ‘나이스하다. 무슨 의미냐’는 긍정적인 반응이고, 군대에서도 간부들이나 아저씨들은 ‘나중에 늙어가지고 할아버지 되면 어쩌려고 그래’ 이런 말 많이 하시거든요.” -피험자E(회사원, 남성, 29세)

“사람들은 규정짓는 것에 익숙한 것 같아요. ‘성규는 이런 애야, 저런 애야.’ 문신한 이후에는 그게 더 확실해졌죠. ‘거봐, 문신한 성규.’” -피험자H(배우, 남성, 37세)

현대 사회에서 문신을 한 개인에 대해 타인들이 부여하는 이미지는 강한 편이며, 불량, 방탕, 반항 등 주로 부정적인 방향으로 나타난다. 피험자들은 그러한 사회적 시선들을 흔히 겪어왔으며, 타인으로부터 이미지를 부여 받아왔음을 밝혔다.

“싫어하는 사람들은 너무너무 싫어하고 좋아하는 사람들은 그거 때문에 좋아하는 사람도 있어요

‘타투 있어? 섹시해 보인다, 쿨해 보인다’ 이런 소리를 듣는 반면, 아닌 사람들한테는 ‘가벼워 보인다’부터 시작해서 뭐 말이 많죠.” -피험자K(애니메이터, 여성, 26세)

“제 입으로 말씀 드리긴 뵈었지만 제가 약간 범생이 같고 그런 사람인데, 사람들이 봤을 때 타투가 있네? 라는 그런 상반된 이미지?” -피험자F(프로듀서, 남성, 30세)

사람들은 여성에게 주로 정숙한 이미지를 부여한다. 따라서 특히 기성세대가 문신을 한 여성에게 주는 사회적 시선은 여전히 가혹하다. 여성 피험자들 역시 사회적 억압을 경험하였다고 밝혔다.

“그 당시에는 만족했죠. 그런데 사회적으로 제가 약간 주춤했죠. 그때 제가 회사를 계속 다닐 생각이었고, 그때 만나던 남자친구랑 결혼까지 생각했었는데, 그 친구가 무조건 지워야 한다고 했었거든요. 그래서 그때는 지우기로 마음을 먹었던 거죠.” -피험자N(무직, 여성, 29세)

“‘왜 이렇게 크게 했어? 나중에 웨딩드레스 입을 때 어찌려고 그래? 이왕 할 거 안 보이는데다가 좀 하지’ 이런 얘기를 듣게 되는데... 기성세대, 그리고 묘하게 또래 중에서도 괜찮은 척 하면서 ‘나중에 좀 그렇지 않겠어?’ 하는 시선들이 많아요.” -피험자K(애니메이터, 여성, 26세)

이처럼 실질적으로 사회적, 제도적 차별을 경험한 피험자도 있었다. 보수적 문화를 고수하는 고급 호텔에서의 사회적 규제는 여전히 존재하였고, 공적인 직업군에서의 제도적 규제 또한 존재하였다. 이러한 차별을 경험한 피험자들은 한편으로는 수긍하면서도, 다른 한편으로는 불만을 토로하였다.

“팀에서 반얀트리 수영장에 회식을 간 적이 있는데, 저 때문에 팀원들이 약간 불편해졌어요. 호텔 측에서 가리고 들어오라고 그러더라고요. 물론 그 경험이 유쾌하지는 않았지만, 저는 나이 들어서 문신했기 때문에 상상도 못했던 시선은 아

니잖아요.” -피험자H(배우, 남성, 37세)

“원래 있었다가 다시 한 거예요. 군대 입대하려고 지웠어요. 입대할 때 신체검사 때문이에요... 미국 군대 보면, 미국 군인들 문신 엄청 많이 하는데, 한국군은 그러지 못하는 것에 대해서 ‘여전히 보수적이구나’하는 생각도 갖고 있고 이걸 안 하는 것과 하는 것의 차이가 뭐 길래 그렇게까지 규제를 하는지도 모르겠고.” -피험자M(군인, 여성, 28세)

“래퍼들 보면 온 몸에 문신하고서는 다 감고 가리고 나오잖아요. 방송에 솔직히 저는 왜 가리는지 모르겠어요. 방송 심의 위원회라던가 왜 가리게 하는지 모르겠어요. 그것도 어떻게 보면 그 사람들만의 표현 수단이고, 특히 래퍼들 같은 경우는 한 사람들이 되게 많거든요? 그게 그 사람들만의 표현 수단이니까.” -피험자C(디자이너, 남성, 29세)

3. Recyclage of tattoo consumption

개인들은 문신을 남들과 차별되는 기호를 위해 소비하곤 하지만, 이 욕구는 역설적으로 문신의 대중화를 야기하였다. 현대의 문신은 대중화되었으며, 디자인이나 부위가 획일화되었던 과거와 달리 트렌드를 지니게 되었다.

1) Popularization of tattoos

문신은 신체에 영구적인 상처를 내는 작업이기에 개인적으로나 사회적으로나 그 무게가 무거운 것은 사실이지만, 젊은 세대에서는 문신에 대한 가치관이 변화함에 따라 하나의 패션으로 자리잡게 되었다. 이를 증명하듯, 피험자들은 문신을 더 이상 특이하거나 억압된 것으로 보지 않았다. 문신한 사람들을 주변에서 흔히 볼 수 있기에, 오히려 본인의 문신에 큰 의미 부여를 하지 않는 모습을 보이기도 하였다.

“옛날에는 사람들이 많이 안 했으니까 차별되고 특별하다고 생각했는데, 요즘에는 워낙 많이 하니까. 그런 생각은 덜 들죠.” -피험자R(대학원생, 여성, 31세)

“이제 뭔가 나를 엄청 특별하게 만들어줄 것 같지

만 사실 요즘 타투한 사람들도 너무 많고, 그게 그렇게 유별나지는 않거든요.” -피험자K(애니메이터, 여성, 26세)

본 연구의 피험자들은 처음에는 유행을 따라 문신을 한 게 아니라고 하였지만, 면담이 더 깊이 진행되자 본인들이 영향 받은 대중매체를 설명하였다. 주로 TV에 나오는 연예인이나 SNS에서 접하는 이미지에 영향을 받은 피험자들이 가장 많았고, 또래집단의 영향이나 동경하는 하위문화의 영향이라는 답변도 그 뒤를 이었다.

“문신을 하고는 싶은데 딱히 행동으로 옮기지는 않았었는데, 수지가 손에 하트 문신한 것 보고, 작은 거 정도는 해도 여성의 인생에 해가 되지는 않겠다고 생각한 적 있죠.” -피험자L(대학원생, 여성, 27세)

“레터링을 하고 싶다고 생각하게 만든 건 소녀시대 티파니가 등쪽에 문신이 있는 걸로 알고 있는데, 그 레터링 문신이 예쁘다고 생각해서였어요.” -피험자R(대학원생, 여성, 31세)

2) Emergence of trend in tattoo culture

18명의 피험자 전원은 현재 문신에 트렌드가 있다고 답변하였다. 그들은 과거에 유행했던 문신이 어떻게 있는지, 현재 유행하는 문신이 어떤 것인지에 대해

설명하며 문신에 유행이 있음에 동의하였지만, 모두 본인의 문신이 유행이 지나도 지을 생각은 없다고 하였다. 문신에 트렌드가 생기게 된 것은 문신이 그만큼 대중화되었기 때문이며, 문신이 하나의 문화로 자리 잡았음을 시사한다.

“옷, 메이크업, 헤어, 뭐가 됐든, 보여지는 소재들은 무조건 트렌드가 있는 것 같아요. 하다못해 성형수술도 트렌드가 있잖아요. 한창 유행했던 타투는 색이 번지는 느낌의 수채화. 예전에는 타투에 쓸 수 있는 색도 한정되어 있었거든요. 지금은 타투에서 표현이 안 되는 게 없대요. 색이든 기법이든. 심지어 눈동자에도 색을 넣을 수가 있대요. 보여지는 것들은 결국 트렌드에서 자유로울 수 없는 것 같아요.” -피험자I(배우, 남성, 37세)

“제가 관심을 가질 때만 해도 스크 장르라고 화려한 느낌에 비슷한 메타포를 돌려쓰는 게 많았어요. 그런데 요즘은 라인워크라고 그냥 몸에 선 하나 찍 굿는 것도 유행을 하더라고요. 저는 요즘 뜨는 아티스트들도 찾아보고, 많이 하는 친구들한테 물어보기도 하고 하는데, 분명히 트렌드가 바뀌는 것 같아요. 이제 오히려 좀 대중화가 되면서 생기는 것 같아요. 옛날엔 트렌드라는 게 없었던 것 같은데, 이제는 매년마다 감성타투가 유행을 했다가 라인타투가 유행을 했다가 뭐 그러는

<Table 3> Results of Korean tattoo consumption based on Jean Baudrillard’s consumer theory

Code	Category	Class of Korean tattoo consumption	Class of Baudrillard’s consumer theory
Self-complacency	Tattoos on the individual level	Consumption of tattoo by personal taste	Consumption by personal taste
Self-marking			
Pursuit of individuality			
Overcoming appearance complex			
Pleasure seeking	Tattoos on the social level	Coded tattoo	Coded consumption
Symbol of artist			
Negative perception	Tattoos on the cultural level	Recyclage of tattoo	Recyclage of consumption
Popularization of tattoos			
Emergence of trend in tattoo culture			

것 같네요.” -*피험자K(애니메이터, 여성, 26세)*

장 보드리야르의 소비 이론의 관점에서 본 한국인의 문신 소비를 표로 정리하면 <Table 3>과 같다.

V. Conclusion

본 연구는 현대 한국인들의 문신 경험 및 한국의 문신 현상에 대해 살펴보고자 사회학자 장 보드리야르의 소비이론을 적용해 실증 연구를 진행하였다. 문신의 개인적 동기 및 의미, 사회적 경험, 문신에 대한 시각 등에 대한 질문지를 구성하였고, 한국의 20~30대 남녀를 대상으로 면담을 진행하였다. 실증 연구의 결과, 한국인의 문신 소비는 보드리야르가 바라본 현대 사회의 소비 양상과 유사한 방향을 보였다.

첫째, 현대의 젊은 세대는 개인의 기호에 따라 문신을 소비하였다. 개개인마다 다양한 동기가 존재하였는데, 피험자들은 주로 자기만족 및 자기표식을 위해 문신을 소비하였고, 개인의 외모 콤플렉스를 극복하는 수단으로도 문신을 하기도 하였다. 많은 피험자들이 개성을 위한 문신을 하며 자기표현을 하였고, 쾌락 행위의 하나로 문신에 접근하기도 하였다. 둘째, 그들은 사회적으로 코드화된 문신을 소비하고 있었다. 한국에서의 문신은 부정적인 이미지가 강하기 때문에 주로 부정적인 코드로 개인을 기호화하는 매개체로 작용하였다. 조직생활에서 비교적 자유로운 아티스트들이 주로 노출되기 쉬운 부위에 문신을 하고, 보수적인 집단에 속한 직장인들은 의복으로 가려지는 부위에 문신을 한다는 점에서, 노출되는 부위에 위치한 크고 화려한 문신은 아티스트의 상징이 되기도 한다. 한편, 피험자들은 여전히 문신에 대한 부정적인 피드백이 존재한다며 사회적 시선에 대해 토로하였다. 셋째, 현대인들의 문신 소비 양상은 다른 재화들을 소비하는 양상과 그 흐름이 유사하였다. 즉, 문신 소비에도 르시클라주가 나타났다. 한국에서 문신은 이미 대중화되었다고 볼 수 있었고, 문신 문화 내에서 주기적으로 변화하는 트렌드도 존재하였다. 따라서 본 연구의 결과로는, 보드리야르의 관점과 유사하게, ‘기호에 따른 문신 소비’, ‘코드화된 문신’, ‘문신의 르시클라주’로 현대의 문신을 정의 내릴 수 있었다.

실증연구 과정에서 추가적으로, 현대인들이 유명한

타투이스트의 높은 퀄리티의 ‘작품’을 선택함으로써 영구적으로 몸에 남는 문신에 대한 부담감을 덜어내는 모습을 발견하였다. 그들은 타투이스트의 명성과 작품의 가치를 인정하며 문신을 예술로서 인정하는 관점을 보였다. 피험자들은 정교한 실력을 기반으로 한 한국의 문신문화는 기술과 결합해 새로운 장르로 자리잡으며 진화하고 있다고 보았으며, 문신을 예술의 한 측면으로 보여줄 수 있는 콘텐츠 개발의 필요성을 언급하기도 하였다. 따라서 연구 결과 중 소비로서 문신을 보는 부분은 보드리야르와 거의 맥을 같이 하였으나, 문신은 소비만이 아닌 예술로도 자리를 확고히 하고 있음을 추가로 확인할 수 있었다.

본 연구는 국내에서 오랜 기간 동안 문신을 일탈행위로 바라보거나 특수한 집단의 문화로 치부해왔던 시각에서 벗어나 개인의 소비 행위의 하나로 보았다는 점에서, 현대인의 문신을 이해하는데 한 걸음 다가섰다. 지금껏 한국인의 문신에 대한 실증적 연구는 특수한 집단을 대상으로 한 연구를 제외하면 거의 전무하였기에, 본 연구 결과는 후속 연구의 유효한 기초 자료가 될 것이라 사료된다. 단, 표본집단이 총 18명으로 문신인구를 대변하기에는 비교적 적으며, 피험자의 연령대가 20대 후반에서 30대 초반에 집중되는 경향을 보여, 전체 세대로 일반화하기에는 무리가 있다. 향후 연구에서는 넓은 표본집단과 다양한 연령대를 반영할 수 있다면, 풍부한 연구결과가 나올 것으로 보인다.

문신은 영구적인 신체 변형 행위이기에, 또 상처를 남기는 행위이기에 역사적으로 결코 가벼운 치장거리가 아니었다. 하지만 현대인들은 이미 문신을 하나의 재화로 소비하며 향유하고 있다. 부정적인 인식을 다 벗어내지 못한 한국에서의 문신 산업은 여전히 불법 시술이라는 제도적 한계로 인해 어려움을 겪고 있지만, 수면 아래에서 젊은 세대들의 예술적이고 소비지향적인 접근으로 최근에는 대중들의 진입 장벽이 낮아지며 과도기를 겪고 있다. 현재 한국에는 실제로 실력이 출중하고 세계적으로 유명한 타투이스트들이 이미 배출되고 있기에, 단순히 외국의 문화가 아닌, 정교한 실력이 강점인 한국의 문화로도 자리잡을 수 있다고 연구자는 전망한다. 문신 관련 후속 연구에서는 빠르게 수용되고 있는 문신 문화를 단순히 일탈행위로 규정 짓거나 자기표현으로 정의하는 시각에서 더 나아가 예술 및 콘텐츠로 바라볼 수 있다면 한국의 문

신을 한층 더 깊이 이해할 수 있을 것이다.

References

- Bae, D.-K. (1990). *한국인의 문신* [Tattoo in Korea]. Masan: Bae Neuropsychiatric Clinic.
- Baek, K.-O., & Park, D. H. (2017). Cognition of modern people for tattoo and utilities of tattoo according to the social and cultural properties. *Journal of the Korean Society of Cosmetology*, 23(1), 73-90.
- Bak, H. J. (1980). A psychiatric study on tattoos: Adolescent psychiatric outpatients. *Journal of Pusan Medical College*, 20(2), 207-210.
- Baudrillard, J. (1992). *La société de consommation: Ses mythes, ses structures* [The consumer society: Myths and structures] (S. R. Lee, Trans.). Seoul: Moonye. (Original work published 1970)
- Baudrillard, J. (2011). *Le système des objets* [The system of objects] (Y. D. Bae, Trans.). Seoul: Zmanz. (Original work published 1975)
- Bourdieu, P., & Zanotti-Karp, A. (1968). Structuralism and theory of sociological knowledge. *Social Research*, 35(4), 681-706.
- 「Broadcasting Act」. (2016). 13978 § 33.
- Caplan, J. (2000). *Written on the body: The tattoo in European and American history*. Princeton, NJ: University Press.
- Caplan, R., Komaromi, J., & Rhodes, M. (1996). Obsessive-compulsive disorder, tattooing and bizarre sexual practices. *The British Journal of Psychiatry*, 168(3), 379-380. doi:10.1192/bjp.168.3.379
- Cho, H.-S. (2002). An essay on the origin and change of East-Asian tattoo. *The Korean Folklore*, 35(1), 151-173.
- Choi, H. C. (2016). *장 보드리야르* [Jean Baudrillard]. Seoul: Communication Books.
- Favazza, A. R. (1996). *Bodies under siege: Self-mutilation and body modification in culture and psychiatry* (2nd ed.). Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Flusser, V. (1997). *Medienkultur* [Media Culture]. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.
- Gilbert, S. (2004). *문신, 금지된 패션의 역사* [The tattoo history source book] (S. H. Lee, Trans.). Seoul: Renaissance. (Original work published 2000)
- Gittleson, N. L., Wallen, G. D. P., & Dawson-Butterworth, K. (1969). The tattooed psychiatric patient. *The British Journal of Psychiatry*, 115(528), 1249-1253. doi:10.1192/bjp.115.528.1249
- Govenar, A. (1988). The variable context of Chicano tattooing. In A. Rubin (Ed.), *Marks of civilization: Artistic transformations of the human body* (pp. 209-219). Los Angeles: Museum of Cultural History, University of California.
- Halnon, K. B., & Cohen, S. (2006). Muscles, motorcycles and tattoos: Gentrification in a new frontier. *Journal of Consumer Culture*, 6(1), 33-56. doi:10.1177/1469540506062721
- Hamburger, E. (1966). Tattooing as a psychic defense mechanism. *International Journal of Social Psychiatry*, 12(1), 60-62. doi:10.1177/002076406601200108
- Han, K.-H., Park, D.-K., Lee, U.-Y., Park, S.-H., Jo, G.-R., Han, S.-H., & Kim, K.-H. (2003). Medico-legal and anthropological investigations on tattoo marks in Korean. *Korean Journal of Legal Medicine*, 27(2), 31-38.
- Jang, A. R. (2008, November). Primitivism of tattoo fashion depicted on lace. *Proceedings of Korean Association of Human Ecology Winter Conference, Daejeon*, 171-172.
- Kim, G. H., & Ha, J. S. (2018). The Korean body philosophy and tattoo culture. *Journal of Fashion Design*, 18(1), 1-17. doi:10.18652/2018.18.1.1
- Kim, J. J. (1991). A cultural psychiatric study on tattoos of young Korean males. *Yonsei Medical Journal*, 32(3), 255-262.
- Kim, J. W., Cho, B. K., & Houh, W. (1986). A clinical and histopathological study of tattoos: I. A clinical study. *Korean Journal of Dermatology*, 24(2), 213-218.

- Kim, M. Y., & Lee, K. H. (2007). Study on fashion sensibility and emotion through tattoo fashion. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 31(3), 331-342. doi:10.5850/JKSCT.2007.31.3.331
- Kim, W.-S., & Kang, H.-S. (2015). A study on the formation of symbolic meanings of athletes' tattoos. *The Korean Journal of Sport*, 13(1), 41-52.
- Kim, Y. M., & Geum, K. S. (2016). A study on the reception and spread of tattoo fashion. *Journal of the Korean Society of Costume*, 66(3), 18-31. doi:10.7233/jksc.2016.66.3.018
- Kjeldgaard, D., & Bengtsson, A. (2005). Consuming the fashion tattoo. *Advanced in Consumer Research*, 32, 172-177.
- Kosut, M. (2006a). An ironic fad: The commodification and consumption of tattoos. *The Journal of Popular Culture*, 39(6), 1035-1048. doi:10.1111/j.1540-5931.2006.00333.x
- Kosut, M. (2006b). Mad artists and tattooed perverts: Deviant discourse and the social construction of cultural categories. *Deviant Behavior*, 27(1), 73-95. doi:10.1080/016396290950677
- Lane, D. C. (2014). Tat's all folks: An analysis of tattoo literature. *Sociology Compass*, 8(4), 398-410. doi:doi.org/10.1111/soc4.12142
- Lautman, V. (1994). *The new tattoo*. New York: Abbeville Press.
- Lee, D. C. (2007). Appearances and characteristics of Korean folk tattoos. *The Review of Korean Cultural Studies*, 22, 335-371.
- Lee, H. J. (2006). *A study on the 'otherness' of tattoo aesthetics*. Unpublished doctoral dissertation, Keimyung University, Daegu, Korea.
- Lee, J. Y., Jung, H. J., Kim, M. S., Choi, Y. J., Lee, D. R., Ahn, J. Y., & Park, M. Y. (2011). Clinical observation of tattooed prisoners. *Korean Journal of Dermatology*, 49(5), 398-407.
- Lee, S. A. (2011). Consumption mode of body image as sign value in mass-culture: Focused on idol groups in Korea. *Culture & Society*, 11, 193-234.
- Lee, S. H., Seok, D. S., & Lee, Y. S. (1989). Clinical observation of tattoos in the Korean youths. *Korean Journal of Dermatology*, 27(5), 530-536.
- Loimer, N., & Werner, E. (1992). Tattooing and high-risk behavior among drug addicts. *Medicine and Law*, 11(3/4), 167-174.
- 「Medical Service Act」. (2015). 13367 § 27.
- Merleau-Ponty, M. (1996). *Phenomenology of perception*. Delhi: Motilal Banarsidass Publishers.
- Miller, J.-C. (1996). But what does it mean? Symbolism in tattoos. *Tattoo Review*, 8(50), 44-49.
- Namgung, H. S. (2015). *한국의 문신: 타투이스트가 전하는 타투 이야기* [Tattoo in Korea: The tattoo story from tattooists]. Seoul: Chuneobooks.
- Newman, G. (1982). The implications of tattooing in prisoners. *Journal of Clinical Psychiatry*, 43(6), 231-234.
- Post, R. S. (1968). The relationship of tattoos to personality disorders. *The Journal of Criminal Law, Criminology, and Police Science*, 59(4), 516-524. doi:10.2307/1141832
- Ryu, J.-M. (2013). Cultural features of 'consommation' in the modern society: Focusing on a movie confessions of a shopaholic. *International Journal of Glocal Culture*, 3, 65-82.
- Saldaña, J. (2015). *The coding manual for qualitative researchers* (3rd ed.). California, Los Angeles: Sage.
- Sartre, J.-P. (2008). *L'existentialisme est un humanisme* [Existentialism is a humanism] (J. T. Park, Trans.). Seoul: Ehaksa. (Original work published 1946)
- Shilling, C. (1993). *The body and social theory*. California: Sage.
- Sinclair, A. T. (1909). Tattooing of the North American Indians. *American Anthropologist*, 11(3), 362-400. doi:10.1525/aa.1909.11.3.02a00040
- Steward, S. M. (1990). *Bad boys and tough tattoos: A social history of the tattoo with gangs, sailors and street-corner punks 1950-1965*. New York: The Haworth Press.

- Velliquette, A. M., Murray, J. B., & Creyer, E. H. (1998). The tattoo renaissance: An ethnographic account of symbolic consumer behavior. *Advanced in Consumer Research*, 25, 461-467.
- Yang, S. J., & Kim, J. W. (1986). A study of tattooing and method of its removal. *Archives of Plastic Surgery*, 13(4), 499-510. doi:10.1001/jama.1928.02690290024007
- Yi, J. Y., Kim, J. W., Cho, B. K., & Houh, W. (1987). A clinical and histopathological study of tattoos: II. A histopathological study. *Korean Journal of Dermatology*, 25(5), 568-572.