

만화왕국과 문화적 자산

Comic Book Fandom and Cultural Capital*

제프리 A. 브라운 (Jeffrey A. Brown)

김윤희 역

(세종대학교 대학원 애니메이션학과 석사과정)

- I. 서론
- II. 만화 마니아
- III. 권리를 빼앗긴 취향들
- IV. 만화 수집과 그림자 경제
- V. 결론

I. 서론

대중오락은 우리의 꿈과 마음을 사로잡는 힘이 있다. 때때로 오락으로부터 얻는 기쁨으로 인하여 우리는 충동구매를 하기도 하고 열광적인 행동을 하기도 한다. 하지만 이러한 행동은 대중매체 잡지와 우리 사이의 관계를 나타내는 하나의 사례일 뿐이다. 오히려 열광적인 행동은 복잡한 사회 속에서 자신의 느낌이나 타인과의 대인관계를 표현하는 하나의 수단일 것이다. 개인이나 사회적 단체들은 개인적 욕구를 만족시키는 대중오락에 대하여 친밀감을 증대시킨다. 이러한 단체는 전통적으로 인식되는 통속문화만큼이나 다양하고 복잡한 세계를 형성한다. 팬의 형성과 그들이 열광하는 TV, 쇼, 로큰롤 밴드, 영화배우, 연애소설 등은 기존의 가치체계 내에서 경멸시된다. 존 피스크(John Fisk, 1992)¹⁾의 주장과 같이, 일반사회에서 팬

* JPC(*Journal Popular Culture*) VOL 30, 4 Spring, 1997, pp.13-31.

1) 존 피스크(John Fiske)는 루트리지 출판사의 『문화와 커뮤니케이션』 총서 시리즈의 편집자이자, 스투어트 홀과 더불어 문화이론의 대표적인 논객으로서 영국적 전통의 문화이론을 대중화시킨 이론가이다.

그들 문화는 개인의 지위를 결정하는 사회경제적 시스템에 종속된 사람들의 취향과 밀접한 연관이 있다. 팬 그룹의 이미지를 오락(JENKINS, 1992)의 필요없는 정보들만을 모으는 사회 부적격자로 보는 시각으로 인해, 결국 팬 그룹은 대중문화의 가장 근원적이고도 피상적인 단면을 나타내는 것 중의 하나라고 평가절하되었다. 하지만 미국과 영국의 최근의 문화연구 작업으로 인하여 팬 그룹을 하나의 합법화된 문화적 표현양식으로 인정하는 새로운 시각이 생겼으며, 이를 토대로 본 논문은 만화왕국을 대중잡지의 가치나 수준에 대해 그들 독자적으로 판단을 내리는 복합적 체계로 인정하자는 것이다.

팬 그룹 특성에 있어서 만화 마니아 문화만큼 명확하게 그 특성을 잘 나타내는 것은 없다. 잘 정의된 만화 마니아 그룹은 어떻게 그리고 왜 팬 그룹이 현대의 문화에 있어서 중요한지를 통찰하게 해준다. 만화 마니아들과 특히 만화책을 수집하는 행위는, 대중문화의 열렬한 신봉자들이 자신에 대한 의미 부여를 구축해 나가는 복합적이고도 구조화된 방식임을 증명하는 것이다. 그들은 고급문화에 저항하고 동시에 존 피스크가 '그림자 문화경제'(shadow cultural economy)라 부르는 것을, 즉 부르주아 양식을 흉내내는 또 다른 하나의 문화를 의미한다.

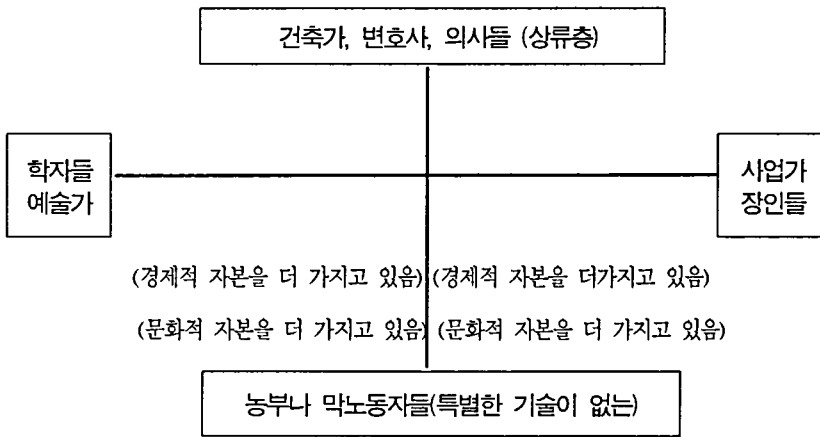
존 피스크의 용어는 '문화와 경제적 자본'이라는 두 양극으로 나뉜 경제적 시스템으로서 문화에 대한 은유적 표현인 부르디외(Bourdieu, 1984)에서 따온 말이다. 부르디외 이론은 사람들이 문화적으로 가치가 있다고 생각되는 것들에 대해서 어떻게 투자하고 축적하려 하는지를 논의하는 것에 대해 적절한 용어를 제공한다. 자본주의 경제에서처럼, 문화 시스템도 혜택을 누리는 자와 혜택을 박탈당한 자 사이의 비재무적 구분을 위하여, 선택적으로 문화적 자원을 분배한다. 문화 시스템은 가치를 어떤 한 가지 취향으로 돌리고 나머지는 평가절하를 한다. 대개 선택되는 취향들이란 상류계층과 관련된 것들이다. 지배계층은 대학이나 박물관, 화랑 등과 같은 기관을 통해서 통제함으로써 그들의 취향을 길들이기 때문에, 지배적 취향은 전체적인 문화에 의해서 우월적으로 보인다. 상류문화는 가진 자와 가지지 못한 자를 구분하면서 사회적으로나 제도적으로 그것을 공식문화로서 합법화한다. 이리하여 경제적 자본처럼 사람들은 사회적, 경제적으로 공식문화의 수준을 상향시키는 기회를 잡기 위하여 교육에 투자하고 좋은 옷을 사 입는다.

부르디외²⁾의 작품 『취향의 판단에 대한 사회적 비평』(1984)에서, 그는 현대 프랑스에서

그의 대표적인 저서로는 『문화커뮤니케이션론』이 있다.

2) 부르디외는 가장 개인적인 영역에 속하는 것으로 간주되어 온 취향의 영역을 사회학적 분석의 주요 대상으로 삼았고, 이를 통해 사회의 지배-피지배 구조가 어떻게 재생산되는지를 설명했다.

의 사회계층에 대한 심도있는 분석을 정교하게 해낸다. 그는 좋은 취향, 사회적 지위 그리고 경제적 지위 등은 사회적으로 인정되는 예술의 계층구조와 복잡하게 얽혀 있으며, 각각의 그것들에 있어서도 장르나 학교나 시대별로 소비자의 사회적 계층구조에 상응한다는 기본적인 생각으로부터 이론을 구축한다. 이것은 취향으로 하여금 계층을(1-2) 표시하는 기능을 하도록 만든다. 문화적 취향과 경제적 지위를 둘 다 측정 가능한 자본으로 간주하고서, 부르디외는 사회적, 계층적 공간이 도표화되는 이차원상의 모델을 만든다. <도표 1>은 이러한 문화적 경제 모델을 가장 근본적 수준으로 나타낸 것이다. 세로축은 한 개인이 보유한 자본의 양을 나타내고, 좌우 축은 자본의 형태(경제적, 문화적으로)를 나타낸다.



<도표 1> 부르주아 내의 위계도

존 피스크는 부르디외 모델의 두 가지 한계를 지적한다. 하나는 사회적 지위에 대하여 구별되는 특징으로서의 경제와 계층에 대한 부르디외의 집중분석이다. 기타의 성별, 종별, 연령별 구분 특징들도 모델에 포함되어야 한다. 존 피스크의 두 번째 비판은 부르디외가 빈민문화의 복잡성에 대하여 잘못 이해하고 있다는 것이다. 가지지 못한 자는 그들의 사회적 지위를 협상할 만한 자본을 가지지 못한 것으로 간주되기 때문에, 그 모델은 주로 가진 자들 사이의 사회적 계층과 연관되어 있다. 이러한 견해는, 그들 자신이 선호하는 내용들을 구축하기 위해서, 그리고 종종 문화산업으로부터 제공되는 원래의 내용들에 반하여, 가지지 못한 자들의 힘을 무시한다.

성별, 종별, 그리고 만화 마니아나 연령에 있어서 권리를 박탈당한 사람들이 부르디외가 만든 모델의 하위부분에 어떻게 해당되게 하는지 쉽게 알 수 있다. 하지만 만화 마니아의 문화를 구성하는 의미체계를 관찰하면, 권리를 박탈당한 행위들이 어떻게 팬 그룹 공동체 내에서 그들의 사회적 지위를 강화해 나가는지를 알 수가 있다. 일반적인 문화에 있어서 사회적 품격을 획득하는 부르디외의 법칙이란, 팬 그룹 공동체의 멤버들로 하여금 문화적 자본을 수반하는 사회적 지위와 자존심을 축적하게 하면서 대중문화를 흉내내는 것이다.

II. 만화 마니아³⁾

북미의 만화 마니아 공동체를 묘사하는 것은 어려운 작업이다. 만화산업의 경쟁적 특성으로 인하여 주요 출판사나 도매상들은 판매나 구독자들에 대한 상세한 정보를 노출시키기를 꺼려한다. 두 개의 대형 출판사인 ‘마블(Marvel)’과 ‘디씨(DC)’는 판매수치에 대하여 입을 굳게 다물기로 악명이 높다(Reid, 1990). 수많은 산업 잡지와 팬 잡지 혹은 팬 진 등이 있는데, 《카믹 바이어스 가이드(The Comic Buyers Guide)》, 《위저드(Wizard)》에서는 이렇게 말한다. 《가이드 투 카믹스(The Guide to Comics)》와 《카믹 신(Comic Scene)》은 매월 팔리는 만화 중 통상 탑10 혹은 탑100의 명단을 정기적으로 발표하고 각각의 출판사의 시장과 달러 점유율에 대하여는 차트로 보여준다. 이러한 정보에 의하면, 출판사들은 수집가나 투자자들이 어떤 만화를 구입해야 되는가에 대한 기준으로 ‘인기순위’라는 개념을 만든 것이다.

한편으로, 정확한 판매수치에 대한 정보는 만화를 수집하는 행위를 실제로 그만두게 할지도 모른다. 예를 들면, 《슈퍼맨의 죽음》 최근호는 투자자들로 하여금 최소한 한 권은 구입하도록 만든다. 만약에 그 잡지가 여러 권 나온 것이 아니어서, 그 한 권이 화폐가치가 엄청나게 오를 것이라는 생각을 가진다면 말이다. 하지만, 만약 그 잡지에 대한 실제 판매수치가 공표된다면, 수집가들은 자신의 만화에 쏟는 돈을 다른 곳에 쓰려 할지도 모른다. 왜냐하면 엄청나게 팔린 《슈퍼맨의 죽음》이라는 잡지 부수는 그 잡지가 앞으로 수년 내에 희귀본이 될 확률은 없으며, 또 그 잡지를 되사려는 수요도 최소화될 것이기 때문이다.

3) 광범위하게는 만화를 좋아하는 사람은 모두 마니아이다. ‘마니아’라는 것은 일반적으로 만화문화에 대한 관심사가 높아지면서 많이 알려졌다. 비단 만화에만 관련된 얘기가 아니다. 누구나 가지고 있는 취미생활에서—그 취미에 조금 더 애정을 쏟고 있느냐 없느냐를 구별하는 표현이다.

주요 출판업자들이 정확한 판매수치를 발표하기를 꺼려하지만, 북미의 만화 독자층의 규모나 특성을 추정하는 것은 가능하다. 파슨즈는 몇몇 출판사, 도매상의 정기간행물을 통하여 만화책의 매월 유통물량이 1989년에 2천만 권 이상일 것으로 추정한다. 모든 비공식 집계는 1990년대 초반에 만화시장이 급속도로 팽창했음을 보여준다. 지난 십여 년간 판매와 독자층의 증가는 직공급방식의 채택으로 야기된 만화산업의 회생에 기인한다. 직공급방식은 만화문화에 있어서 상대적으로 최근의 현상인 만화 전문점의 기호에 맞는다. 약국의 잡지 판매대에서 팔리기도하는, 1970년대 후반 이후로 주로 만화가 판매되는 곳은 만화 전문점이었다. 이러한 가게들은 거의 독점적으로 만화책과 만화 마니아 대상의 콜플레이팅 게임 같은 ‘버블 검 카드’, 공상과학 이야기 등을 취급한다. 그 가게들은 환불불가의 조건으로 50% 이상 할인을 해주며 운영을 하면서, 팬들과 수집가들의 구미에 맞춘다(Reid, 1990: 17).

주간 무역잡지인 《카믹 바이어스 가이드(The Comic Buyers Guide)》의 공동 편집장인 매기 톰슨은 1991년도에 미국에 약 5천 개의 만화 전문점이 있으며, 그들의 연간 소매판매액은 1986년의 1억 3천만 달러에서 1989년에 4억 달러로 증가했을 것으로 추산하였다(Fost, 1991: 16). 이러한 만화 전문점은 전체 만화 마니아들의 문화에 대한 포인트를 제공하였다. 그들은 만화를 판매대 밑부분에서 꺼내어 항상 눈에 잘 띄도록 정면과 중앙에 진열하였고, 구독자들이 가게에 덜 당황하도록 분위기를 만들었다. 만화 전문점은 독자와 출판업자들 중계해 주는 곳이며, 또 만화 마니아들이 다른 만화 마니아나 때때로 만화작가들을 만나게 해 주는 곳이다.

조사에 따르면, 만화 마니아의 90%가 남성이며, 연령은 크게 3가지 범주로 나뉜다. 6세에서 11세 사이의 전통적 어린이 그룹, 11세에서 17세 사이의 청소년 그룹, 그리고 17세 이상의 성인 그룹이 있다(Fost, 1991).

성인 만화 마니아 그룹은 만화 전문점에 의해서 개방되었기 때문에 그들은 출판업자들의 주요 마케팅 대상이 되었다. 그들의 좀더 여유있는 소득으로 인하여 만화회사들은 성인만화를 만들어내고, 좀더 비싼 그래픽 소설을 만들고 양질의 판매대 문고판도 만들어냈다. 어려서부터 만화마니아가 되어서 자란 자들은, 나이가 들수록 고정 독자층이 되기보다는 수집가가 되는 경향이 있다. 1980년대 중반의 만화 전문점 고객에 대한 연구는 그들의 평균연령이 16세에서 24세 사이의 범위를 보여준다(Bierbaum, 1987: 27). 반면에 포스트는 “뉴욕의 DC 카믹스의 홍보이사인 탐 발로우에 따르면 만화 수집가의 평균연령은 25세이며, 그들 대부분은 대학교육을 받은 가구소득 39,000달러 수준의 자들이다”(Fost, 1991: 16)라고 말한다.

지방의 만화 전문점에 덧붙여서 만화 모임인 ‘콘’은 현대의 만화 마니아 문화에 대한 주요 포인트이다.

콘의 규모는 월별 지방의 규모의 것으로 수백에서 수천 명이 모이는 것에서부터 연례적으로 열리는 ‘슈퍼콘’은 2 내지 14일 정도 지속하며 전세계에서 수만 명이 모이는 경우에 이르기까지 다양하다. 만화 수집가의 바이블인 《오버스트리트 프라이스 가이드(Overstreet Price Guide)》에서는 이벤트를 열리는 콘을 다음과 같이 묘사하였다.

그들 자신을 뭐라 부르던 업자, 수집가, 팬 들은 몇 시간이고 계속하여 거래를 하거나, 팔거나 그들이 좋아하는 모험물을 사는 것을 볼 수가 있다. 덧붙여서 가능한 한 콘에서는 초대손님을 모시는데, 그들은 대개 만화 분야의 전문가나, 스토리 작가나 만화가나 혹은 편집자들이다. 그 위원회에서는 콘 참가자들을 위해서 공개토론회를 여는데, 거기에서는 모인 전문가들이 만화의 어떤 부분에 대해서 이야기를 하고 대부분의 시간은 모인 청중들로부터의 즉석 질문들로 이루어진다. 콘에서, 사람들은 보통 다양하고 잡다한 것들을 볼 수 있는데, 대개는 오리지널 예술들이다. 거기엔 라디오 청취실도 있다. 매일 다른 영화를 상영하는데 대개는 공상과학이나 공포물 같은 것이다. 물론 콘에서는 항상 친구를 사귀고 만화에 대해서 대화를 나눌 수 있는 기회가 있다. 즉 비슷한 취미를 가지고 있는 친구를 새로이 사귄 좋은 기회가 있고 또 그 친구와 콘 후에도 연락할 수가 있다(Overstreet).

오버스트리트의 묘사에서처럼, 콘에서는 만화 마니아들보다는 훨씬 더 광범위한 팬 그룹에 호소를 한다. 명심해야 할 것은 그런 열성 팬들은 여러 팬 그룹에 동시에 참여하는 경향이 있다는 것이다. 이렇게 해서 만화 마니아 공동체 내에서 행해지는 문화적 협상은 다른 미디어나 다른 장르의 팬들을 포함하여 보충하기도 한다. 콘에서는 많은 팬들이 개인적으로 최종 단계인 만화문화의 사회적 질서에 들어가는 것을 볼 수 있다. 그곳은 팬들이 그들의 만화에 대한 문화적 지식을 축적하고 과시하는 곳이다. 그곳은 만화 마니아들의 문화적 경계가 펼쳐지는 시장인 것이다.

III. 권리를 빼앗긴 취향들

만화 마니아 공동체 내에서 성인들의 수치가 확대되고 있다 하더라도, 대부분의 사람들은 여전히 만화매체를 유치한 것으로 여긴다. 사람들은 만화가 미숙하고, 단순하며, 만화그림 정도로 구성되어 있다고 믿는다. 하지만 사실은 이러한 압축된 견해는 사실과는 거리가 멀다. 현대의 만화는 성숙하고도 혁신적인 방식으로 고도의 복잡한 문제들을 다룬다(See Barker, Witek, McAllister, Berger). 하지만 만화에 대한 고정관념은 모든 대중 팬 문화에 대하여 일반적으로 비판적이다. 문제는 팬 문화가, 부르주아들이 만들어놓은 ‘좋은 취향’의 보편적인 기준에 도전한다는 것이다. 부르디외가 우리에게 말한 것처럼, 문화경제는 파워가 막강하여 기존의 고급문화의 규범에 맞지 않는 심미적 취향들을 사회적으로 수용불가의 지경까지 평가 절하한다는 것이다. ‘좋은 취향’의 명령을 추종하지 아니하는 어느 관행에 대해서도 개인적 열등감의 발로로밖에 취급하지 않는다. 팬들과 그들이 열광하는 주제는 반드시 보다 큰 사회세력에 의하여 무시당한다. 왜냐하면 그들의 심미적 취향이 지배적 문화 계층구조를 위협하고 무너뜨리기 때문이다.

‘나쁜 취향’⁴⁾을 추구하는 여가활동은 개인의 발전에 해가 되는 것으로 간주하여, 종종 사회는 팬들을 대중매체의 악영향으로부터 구제하고 싶어하는 가부장적 태도를 취하기도 한다. 초창기의 저속 소설과 세기적 전환점의 영화에서부터 현대의 뮤직 비디오나 롤 플레잉 게임인 스타크래프트에 이르기까지 모든 새로운 형태의 오락들은 도덕적 반발을 불러일으켰다. 텔레비전 공상과학 광들에 대한 연구에서, 쟁킨스는 다음과 같이 지적한다.

어떤 특정한 미학의 분야에 있어서 바람직하지 못한 것으로 인식되는 것들은 종종 소비자들에게 사회적 해악을 주거나 부정적 영향을 끼친다고 비난받는다. 미적 기호는 법제화나 공공의 압력을 통하여 부과가 된다. 즉 예를 들면 어린이들이 바람직하지 못한 문화들에 물 들어가는 것을 방지한다는 이유 같은 것이다. 그러한 것들을 즐기는 사람들은 지적으로 낮거나, 심리상태가 의심스럽거나, 감성적으로 미성숙한 사람들로 간주되는 것이다.

4) 역자주. 키치라는 용어는 1860년대와 70년대 뮌헨의 화상에 의해 하찮은 예술을 가리키는 속어로 출발했다. 이것은 넓은 의미의 예술적 생산 전영역에 적용하게 되었다. 독일 말로서 저속, 또는 하품이라는 의미를 갖고 있다. 고상하고 품위있는 것에 대한 반대 격식에 대한 반대, 이를테면 전통에 대한 이단적 감각의 표현이 키치이다. 키치는 이단 중에서도 악취미적인 경향이 짙어 악취미를 대표하는 말로 사용된다. 보편적인 디자인에서 보면 good design의 반대되는 것, 예를 들면 자극적이면서도 저속한 색채, 지나치게 산만한 장식, 싸구려 소재 등 일상적인 용품에서 의상, 건축 디자인에 이르기까지 전근대적인 감각의 추구하고 간결한 세련미를 배격하는 것이 특징이다.

바람직하지 못한 취미들에 대한 이러한 도덕적 비난이나 매체에 대한 제도화된 규정들은 특히 만화사에 있어서 명확히 드러난다. 어린이들을 매체의 악영향으로부터 보호한다는 미명하에 만화를 비난함으로써 그것은 판매고 급감에 결정적으로 영향을 미쳤고, 심지어 1950년대에는 만화산업이 사경에 이르게 되었다.

1940년대 후반과 1950년대 초반, 만화가 인기절정이었을 때, 만화는 매카시즘 당시의 도덕 십자군의 비난 대상이 되었다. 비평가들은 청소년 범죄 증가의 희생양이 필요하였고, 만화에서 영향받기 쉬운 희생타를 발견하였다.

몇몇 저명한 비평가들은 만화책을 어린이들의 아편이라고 비난하였다. 어린이를 대상으로 한 매체로서, ‘좋은 취향’의 심미적 필수조건에 의해서 보호되지 아니한 채, 만화책은 중, 상류층 망상의 목표가 되었다. 칼럼니스트 노버트 물렌은 그의 사설, 「만화책과 다른 공포들 (commentary)」(1949)에서 사회의 공포를 다음과 같이 표현했다; 가장 최신의, 널리 유통되는, 제약없는, 공포와 파괴를 매개하는 가장 이해하기 어려운 것이 만화책이다.

만화에 대항한 십자군의 선봉장, 프레데릭 워덤 박사는 뉴욕의 정신과 의사였는데 만화책은 청소년 범죄의 직접적이고도 유일한 원인일 것이라고 주장했다. 《콜리어스(Collier's)》, 《레이디스 홈 저널(Ladies' Home Journal)》, 《내셔널 패런트 티처 매거진(National Parent Teacher Magazine)》, 《새터데이 리뷰 오브 리터러처(The Saturday Review of Literature)》, 《리더스 다이제스트(Reader's Digest)》 등과 같은 잡지에서 그가 첫 포문을 연 것은 중산층 부모들에게 전달이 되었다. 그의 의견은 1954년에 발간된 그의 책 『순진한 사람을 유혹하기』에서 정점에 달했다. 워덤의 기본 전제는 만화책이란 최악의 경우에 순진한 어린이들을 사악한 범죄에 빠지게 하는 것이자, 기껏해야 세상에 대한 돌이킬 수 없는 왜곡된 견해를 심어주는 것이었다. 워덤은 만화책을 봄으로써 얻는 부정적 효과를 다음과 같이 요약하였다.

1. 만화책 형식은 문맹으로의 초대이다.
2. 범죄를 다룬 만화책은 잔인함과 속임수의 분위기를 만든다.
3. 그것들은 유혹에 언제든지 빠질 수 있게 만든다.
4. 그것들은 도덕적으로 해로운 상상을 자극한다.
5. 그것들은 범죄 혹은 성적으로 비정상적 사고를 제공한다.
6. 그것들은 자기 합리화를 제공하며, 그것은 윤리적으로 충동보다 더 해로울 수도 있다.
7. 그것들은 범죄충동이 일어나고 상세한 기술을 제공할지도 모르는 형태들을 제공한다.

8. 그것들은 부적응과 범죄로 기울기 쉽다.

워덤의 조사의 초점은 그가 범죄만화라 불렀던 종류의 것이었는데 거기에는 경찰과 강도, 초특급 영웅, 공상과학, 서구, 정글, 공포, 심지어 애정 만화까지도 포함되었다. 이러한 것들에서 워덤은 모든 가능한 잔인성의 예를 발견하였다. “만약 누군가 자녀들에게 도둑질, 강도, 거짓말, 사기, 폭행, 남의 집 침입 등을 어떻게 하는가를 보여주려 한다면, 이보다 더 좋은 방법은 없을 것이다.” 그는 모든 만화책이 어린이들로 하여금 비슷한 방식으로 행동하게끔 하는 범죄폭력의 이미지를 찬양하는 내용들을 담고 있다고 주장하였다. 그 증거로 워덤은 그가 보호했던 몇몇 청소년들의 증언을 제시하였는데, 그 증언에서 그들은 “나는 만화책에서 나쁜 생각들을 얻었다. 즉 찌르기, 강도, 절도, 총 쏘치기 등등”이라고 말했다.

한편, 대담한 도시범죄 만화는 범죄에 대한 교본이 되고 있다고 비난하였다. 워덤은 가장 전통적인 영웅만화도 훨씬 사악한 범죄활동인 동성연애를 선동한다고 비난하였다. 워덤은 잘생기고 근육질에 몸에 딱 붙는 타이츠 차림으로 중형무진하는 영웅들이 분명 동성애자들이었다고 주장했다. 가장 비겁한 예가 부르스 웨인(배트맨)과 그의 줄개인 디 그레이슨(로빈)의 관계였으며, 그는 이렇게 묘사하였다. “두 동성연애자가 함께 살고자 하는 소망.” 그의 비난을 뒷받침하기 위하여 워덤은 그가 다루었던 젊은 동성연애자들의 몇 가지 설명을 덧붙였다.

열 살이나 열한 살 무렵에, 나는 만화책에서 내가 바라는 성적 욕구를 발견하였다. 나는 내 자신을 로빈의 처지로 가정하고 배트맨과 성관계를 가지고 싶었다. 나는 ‘비밀의 박쥐동굴’을 언급했던 페이지를 읽게 되었을 때를 기억한다. 배트맨과 로빈이 함께 사는 생각과 아마도 그들이 성관계를 가지리라는 생각이 머리에 떠올랐다. 당신은 당신 자신을 거의 다른 사람들과 연결시킬 수 있다... 나는 배트맨 혹은 슈퍼맨 같은 누군가에 의해서 사랑받고 싶다고 느꼈다.

워덤의 방법론과 논리는 과학적인 것과는 거리가 멀다. 『순진한 사람을 유혹하기 (Seduction of the Innocent)』라는 책이 1954년에 첫 출간된 이래로 그 책은 기우가 심한 사람의 선전쯤으로 많은 비난을 받았다. 로워리는 워덤의 책에 나온 결합들을, 모순된 효과이론, 과도한 일반화, 증명자료의 불충분, 내용이 없는 선택적 예시, 통제집단의 결여, 청소년 범죄에 대한 복합적 특성에 대한 무시 등을 포함하여 설명하였다. 하지만 1950년대 초반에는 일반인

들은 연구조사가 방법론적으로 맞는 것인지에는 관심이 없었다. 워덤은 전국의 모든 부모들의 공포를 불러일으켰고 만화에 대한 반발이 전국을 휩쓸었다. 사태는 만화책에 대하여 뭔가 제재가 있어야 된다고 발전하였다. 『격분의 시기』라는 책에서 제임스 길버트는 범죄와 대중매체 사이의 연결고리를 조사해 달라고 미국변호사협회의 특수분과위원회에 제출한 다음의 탄원서를 인용하였다.

대도시로부터 작은 마을에 이르기까지 범죄만화를 검열하거나 금지하는 지방법들이 통과되었다. 즉, 연방법은 심사중이고, 중앙이나 지방의 그룹들이 범죄만화를 판매하는 곳을 없애려 조직되었다. 그리고 현재 많은 지방에서 거의 흥분상태에 이르러 부모와 어린이 그룹들이 범죄만화를 쌓아놓고 불지르는 장면을 목격하고 있다.

워덤에 의해서 촉발된 국민적 흥분은 미국 상원 하위분과위원회의 청소년 범죄에 대한 청문회를 1954년에 열게 되었다.

그들의 주요 목적은 청소년들을 사로잡는 악영향의 만화를 근절하는 것이었다. 범죄만화에 대한 일반적 분류와 더불어, 『테러 지하실』, 『지하실 이야기』, 『공포의 지하실』, 『공포의 소굴』 등과 같은 EC 만화사의 공포계열 만화들은 특히 ‘나쁜 취향’에 따라서 해로운 것으로 취급되어 표적이 되었다. 결국 EC의 모든 공포계열 만화들은 취소가 되었고, 출판사는 만화책이 수용해야만 했던 내용 제한의 영향을 받지 않는 좀더 성공적인 매드 매거진을 만들어 옮겨야만 하였다. 얼마 남지 않은 독자들과 함께 마녀사냥을 피하기 위하여, 남아 있던 출판사들은 자발적으로 미국만화잡지협회를 결성하기 위하여 함께 모였다. 미국만화잡지협회의 역할은 만화책을 발행하기 전에 모든 만화책을 검토하여 아주 엄격한 내용 검열을 강화하는 것이었다. 여타의 것들 중에는 다음의 규정들을 준수하였다. ① 경찰관, 판사, 공무원, 존대되는 기관들에 대해서는 기존의 권위를 불경스럽게 하는 방식으로 표현되어서는 안된다. ② 모든 경우에, 선은 악을 이기게 되며, 범죄자는 그의 범죄행위에 따른 처벌을 받게 된다. ③ 모든 만화는 명백하게 독특한 묘사나 범죄의 방법을 표현해서는 안된다. ④ 모든 무시무시한, 도덕적으로 불미스러운, 오싷한 삽화들은 빠져야 한다. ⑤ 도발적, 외설적 삽화나 외설적 자세들은 수용불가이다. 규정의 엄격함으로 인하여 몇몇 주요 출판사들은 모두 업계를 떠났다. 『쉬나』, 『정글의 여왕』 등의 출판사였던 ‘픽션 하우스’와 최초의 공포만화, 『에리』를 출판했던 ‘에이본’ 등이 1954년에서 1956년 사이에 사라진 좀더 인기있는 출판사였다. 1950년대

후반과 1960년대 내내, 모든 만화는 미국만화잡지협회의 승인을 받아야만 했다.

1960년대 후반전까지만 해도 반문화운동과 언더그라운드 만화의 오두막 산업 부흥으로 코드 승인 없이 그러한 책들은 발간되고 배포되었다. 반제도권 만화로서의 로버트 크럼과 그의 동료들은 자가 출간을 하였고, 지방으로 책들을 공급하여 수많은 독자들을 확보하였으며 주류 출판업자들은 코드의 영역을 시험하기에 이르렀다. 1970년대는 마블 출판사에서 코드 승인 없이 『어메이징 스파이더맨』 96권, 97권에서 반마약 이야기를 다룬 것을 출간하였다. 마블사의 성공사례는 미국만화잡지협회로 하여금 규정을 어느 정도로 엄격하게 적용해야 되는지에 대해 재고하게 만들었다. 그 결과 같은 해 DC사는 『그린 랜턴』 85권, 86권에서 코드 승인과 함께 반마약 이야기를 다룬 것을 출간하게 되었다. 1970년대 후반의 직공급방식의 채택으로 인하여 미국만화잡지협회의 승인은 딜러들에게 만화를 공급하는 데 있어서 더 이상 필요치 않게 되었다. 대부분의 출판사들이 미국만화잡지협회의 절차에 참여하지 않음으로써 대처하였다. 심지어 마블사나 DC사마저도 그들이 발간하는 만화의 대략 55% 정도만을 코드 승인을 받게 된다. 이렇게 되찾은 표현의 자유로 인하여 만화는, 어떤 만화들은 성인용으로만 제작되었다는 간단한 표현으로 딜러와 독자들에게 알리며, 좀더 깊이 성인용 주제를 다루게 되었다.

만화산업이, 만화책의 해로운 영향에 반대하여 제도적으로 법제화된 것으로부터 회복하기까지는 오랜 시간이 걸렸음에도, 만화 매체는 여전히 몇몇 미국의 도시에서 만화 판매점의 문을 닫게 했던 도덕주의자들로부터 공격을 받고 있다. 그들은 『신이시여! 왜 저희 아이들이 반항자인가요?』, 『악마와의 연결』, 『뒤로 가면 쓰기』, 『정체를 드러내다—록 뮤직에 감춰진 사탄의 메시지』 등에서처럼 근본주의자들의 망상인 다른 위대한 고전들에 책임이 있는 동일한 사람들에 의해서 출판된 『순진한 애들 유혹하기 되돌아오다』(필스) 책 등에서도 공격을 한다.

IV. 만화 수집과 그림자 경제

팬 공동체에서는, 워덤의 만화에 대한 공포의 유산을, 만화를 유치한 것으로 여기며 만화 독자들을 덜 성숙한 사람으로 여기는 고정관념의 유산으로 받아들인다. 만화 마니아들이 현 시대의 복미 사회에서 합법성을 획득하는 데 있어서 문제는 그것이 ‘좋은 취향’의 기준에 반한다는 것이다. 아이러니하게도 만화 마니아들은 양질의 잡지로 여겨지는 대중잡지에 대하여

도 똑같은 평가의 기준을 적용하며 기존의 지배계층을 공격한다는 것이다. 자신들을 적법한 문화의 소유자라고 치부하는 사람들에게 있어서 가장 참을 수 없는 것은, 좋은 취향의 명령이 분리되는, 신성모독의 취향들이 재결합하는 것이다. 일반 사람들은 만화 마니아들이 만화책에 대해서 기울이는 예민한 주의를 단순하고 대량생산된 쓸모없는 잡지에 기울이기에는 부적절한 것으로 간주를 한다. 주의 깊게 살피고, 수집하고, 분석하고, 다시 읽고, 지식을 축적하는 것이 예술에게는 진지한 작업으로 여겨지나, 대중매체에게는 어리석은 것으로 여긴다. 하지만 팬 공동체의 멤버들이 그들 자신들만의 세계에서 사회적 접촉을 가지며 그들의 문화적 입지를 구축하고자 하는 것은 바로 이러한 공식적 문화경제의 관행을 반영하는 것이다.

만화 마니아들은 다른 대중문화의 팬들과 관련하여 상당히 독특하다. 왜냐하면 그들은 거의 물리적이고, 손에 잡히는 잡지에만 몰리기 때문이다. <스타 트랙>이나 <록키 호러 픽처쇼>, 혹은 <그레이트풀 데드 팬즈> 등에 있어서, 그것은 쇼를 보는 체험, 밴드의 음악을 듣는 체험, 혹은 가장 중요한 의례적 소비에 참여하는 체험이다. 반면에 만화를 읽는 것은 명백히 개인 차원의 만화 팬들에게는 근본적인 것이다. 전체 공동체에 있어서 초점이 되는 것은 실제의 만화를 소유하는 것이다. 다른 팬 문화는 '뉴 키즈 온 더 블럭'의 앨범이나 닥터 후의 비디오 테이프를 소유할 수 있고 심지어 그들이 원하는 모든 티셔츠, 인형, 포스터 등을 구입할 수도 있다. 하지만 그것들은 그 어느 것도 『올브린』 1권을 소유하는 방식으로 진정한 마니아임을 입증할 수 있는 똑같은 능력을 보여주지 못한다. 그것을 적절하게 사용하는 지식과 능력은 만화 마니아들의 문화경제의 상징적 자본이 된다. 하지만 물리적 통화를 나타내는 것은 만화책 자신뿐이다.

수집이란 공식적 문화에 있어서 중요한 표식이다. 그것은 가치있는 대상과 가치없는 대상을 구별해 내는 능력이며, 중요한 규범적 특성에 대한 지식이자, 좋은 취향을 입증하는 것이기도 하다. 우수한 수집이란 구분능력에 기초를 둔다. 그리고 이렇게 하여 평범한 것보다는 예외적인 것을 획득하는 것이다. 초간 발행본이 재판보다 더 중요하며, 사본보다 원본이 더 중요하며, 새로운 것보다 오래 된 것이 더 중요하다. 반면에 팬을 모으는 것은 종종 다음과 같이 비친다. 배타적이기보다는 포괄적임: 가능한 한 많이 희귀한 것(비싼 것)들을 축적하며 획득하려고 하는 것에 비중을 두지는 않는다. 따라서 각 개별적 대상은 종종 공식적 문화에 의해서 싸구려로 평가절하되며, 그것은 대량 생산된다. 차별성은 문화적 대상이 독특하고 진짜인가에 있는 것이 아니라 수집의 범위에 있다.

이것은 대부분의 매체 팬 공동체에 적용될 것이다. 하지만 만화 마니아들에게 있어서는

잡지를 열심히 수집하는데, 그 규모는,잡지의 독특함과 그것이 중요한 값어치있는, 신성시되는 범주에 포함되는가만큼 중요하지는 않다. 쉐터는 그의 기사, 「카미콘」에서 만화책을 팬들이, 경이롭고도 신비로운 것으로 혹은 희귀 원본이라 부를 만한, 그러한 만화의 특별 능력에 경탄할 정도의 강력한 아이콘으로 묘사하였다. 하지만, 쉐터가 묘사한 이러한 신비한 경이, 우리가 그런 신비한 잡지를 소유한 사람들에게 문화적 지위를 부여하는 것을 보면, 이해할 만도 하다. 어떤 잡지가 현재 그리고 미래에 귀중한 잡지가 될지를 구분하는 문화적 지식을 얼마나 잘 수행해 내는가를 팬들의 만화책 수집은 잘 반영하고 있다. 만화 공동체에서 문화적 자본을 축적하기 위해서는, 팬들은 만화산업에 대한 광범위한 지식을 구축하여야 한다. 팬들은 부르디외가 독학이라 불렀던 것이며, 각 개인들은 종종 그들의 지위에 함께 따르는 문화적 경제적 자본의 부족분을 보충함으로써 공식문화 내에서의 그들의 지위를 향상시키기 위한 노력을 스스로 해나가는 사람들이다. 상당한 시간을 들여 만화를 읽거나 수집하고, 콘에 참가하고, 다양한 팬 잡지들을 읽음으로써, 팬들은 작가들 사이의 구분, 한 인물의 각기 다른 버전, 각기 다른 작가들 사이에서 공통되는 점 등을 구분해내는 능력을 발전시킨다. 그들은 장차 인기있게 될 작가나 만화가, 캐릭터 등의 첫인상을 포괄하기 때문에, 어떻게 조합하는 것이 베스트 만화가 되며, 어떤 만화가 미래에 귀중한 것이 될지를 배운다. 역으로, 많은 팬들은 단번에 어떤 만화가 실패작이 될지를 구별할 수 있다. 만약 어떤 한 팬이 항상 맞힌다면, 그는 다른 팬들 사이에서 지위를 획득하며, 그가 수집한 것들은 만화문화에 대한 그의 지식을 증명하는 것으로 인정이 된다.

알렌 블룸이나 에릭 도날드 허쉬 같은 비평가들에 의해서 수준이 정해지는 대중문화에 대한 비난 가운데 하나는 대중문화가 기준이 없다는 것이다. 훌륭한 문화는 제도화된 기준의 이해에서 출발한다. 어떤 예술작품들은 문화의 역사적 발전에 있어서 기념비적으로 중요한 것으로 이야기되고, 개인 작품의 중요성은 단일 창작가의 권위의 존재에 있는 것으로 이야기된다. 이것은 대중문화가 반복적이고 판에 박힌 하찮은 것이며, 모든 대중작품들이 익명으로 만들어지고, 비판 없이 소비된다는 인식과 동일선상의 것이다. 그러나 필연적으로 만화 수집가의 구분하는 기술은 이런 매체 잡지에 대한 좁은 시각에 대하여 반박한다. 중요한 것과 중요하지 않은 것을 구분할 줄 아는 능력은 매우 특별한 기준을 발생시킨다. 잉게는 어떤 만화책이 수집가들 사이에서 가장 찾고자 하는 책인지를 결정하는 다양한 요인들을 다음과 같이 요약하였다. ① 인기있는 발행본의 오리지널 판본 ② 특정 작가의 작품 ③ 특정 출판사의 발행본 ④ 좋아하는 등장인물의 등장. 이러한 만화수집의 전략은 고급문화의 수집 전략과 똑같다.

공식문화에 있어서의 관행처럼, 만화 마니아들은 역사적으로 중요한 사건들을, 『형사 만화』 27권에 나오는 배트맨의 첫 등장 혹은 『슈퍼맨의 모험』 27권에 나오는 슈퍼맨의 로이스 레인과의 약혼 같은 것을 중요한 것으로 인식한다. 그리고 점점 더 창작가로서의 작가/만화가는 특히 기준이 되는 중요한 가치척도가 되어가고 있다. 한편 어떤 만화책이 왜 귀중하게 될 것 인지를 잘 알고있는 팬들은 『슈퍼맨의 죽음』 같은 발행본은 아주 중요한 것이 될 것이라는 것을 쉽게 알아차린다. 어떤 특정한 만화거나 작가가 중요성을 가질 만화지를 구별해 내는 경험적 안목이 요구되는 것이다.

최근 몇 년 동안에, 팬들의 관심은 어떤 특정 캐릭터를 열심히 쫓아다니는 것에서 특정 작가를 쫓는 것으로 그 관심이 옮겨갔다. 공식적인 문화잡지처럼 만화 창작가들도 개성있는 작가로 인식되고 있는 것이다. 작가인 알랜 무어(『와치맨』, 『미러클맨』…), 닐 가이만(『샌드 맨』…), 그리고 만화가 짐리(『엑스맨』…), 존 브라인(『알파 플라이트』…) 등과 같은 사람들은 팬들이 아주 열광하는 흥행의 보증수표와도 같은 사람들이다. 수십 년 동안 등장한 캐릭터(등장인물)의 경우에도 어떤 창작가에 의해서 써지고 그려졌느냐에 따라서 선호도가 달라진다. 즉, 『데어테블』(저돌자)은 인기있는 작품이지만, 프랭크 밀러가 글을 쓰면 더욱 인기가 높아지고, 마찬가지로 『스파이더맨』은 토드 맥팔레인이 그리면 더욱 인기가 높아진다. 기존의 등장인물보다는 개별 작가들에 대한 고급 문화적 선호의 이러한 중심 이동은 만화산업에 큰 영향을 미쳤다. 그리고 그것은 만화 매체가 그 위상이 서서히 높아지고 있음을 나타내는 것이다.

제리 시겔과 조 슈스터가 그들의 『슈퍼맨』에 대한 저작권을 국가 정기간행물 출판사에 1938년에 150달러에 팔아넘긴 이후로, 창작가와 등장인물 사이의 관계는 분쟁의 영역이 되어왔다.

만화책의 캐릭터와 저작권의 문제는 오랜 그리고 문서화된 역사를 가지고 있다. 그러나 지금은 작가의 캐릭터 창조와 출판사의 캐릭터에 대한 모든 소유권한 사이의 분쟁보다는 해적판으로부터 출판사를 방어하는 데에 대부분을 다루고 있다. 『슈퍼맨』으로 수익을 벌어들인 DC사의 경우에 『원더맨』이나 『사잡』, 『미국의 위대한 영웅』 등과 같은 저작권 침해로부터 회사의 재산을 보호하기 위하여 수년간 수없이 법정에 서야 했다. 하지만 1951년의 법원의 판결 이후로 시대와 만화왕국은 변하였다. 그 판결이란, 판사가 주장하길 이런 하찮은 그림들의 소송에서 아무도 제작자가 누구인지에 대해서 관심을 두지 않는다—주요 독자층인 어린이들만 빼고는 말이다. 장편만화는 그것들이 재미가 있어서 팔리는 것이지 그 소유권 때문에 팔

리는 것은 아니다(헤리스 260에서 인용됨). 따라서 DC 만화사의 『슈퍼맨』에 대한 방어는 악용이나 불공정거래가 아니다, 라고 판결하였다. 오늘날의 독자들은 어른이건 어린이건 만화책 작가가 누구인지를 관심있게 본다. 시장에는 엄청나게 다양한 만화가 나와 있고, 내용과 스펀의 선택범위도 다양하기 때문에, 특정한 작가를 다른 많은 작가들에 비해서 낮게 평가하는 것은 당연한 귀결이다.

팬 공동체에 의한 개별적 작가/만화가에 대한 인식으로 인하여 만화산업은 작가와 회사의 소유권 사이의 대립의 문제에 직면하게 되었다. 어떤 잡지에 대한 기준을 만드는 것은 결과적으로 출판사에 수억 달러의 이익을 안겨주게 되었지만, 작가들에게는 꼭 그렇지만은 않다. 개별의 독립된 출판사들에 의해서 수많은 집회 토론과 팬 잡지 기사와 사설 등을 통하여 딜레마에 빠졌다. 만화왕국은 자신만의 그림자 문화경제를 구축해 왔기 때문에, 무명인의 공격으로부터 작가에 이르기까지 만화책 작가의 지위문제를 제기하였다. 만화산업은 이제 노동착취 공장이라는 인식에서 법적, 도덕적으로 작가/만화가들을 만화 뒤의 창조적 세력으로 인정해주는 변화의 과정에 있다. 팬들의 인식으로부터 부상한 전문작가의 개념은, 몇몇 가장 인기 있는 창작가들로 하여금, 지적 창조적 자유를 억누르는 것으로서의 과거의 회사의 판권 소유 시스템을 비난하도록 부추겼다. 1986년에 전체 슈퍼 영웅 장르를 근본적으로 개조시켰다고 칭송받는 작가/만화가인 프랭크 밀러는 『배트맨: 어둠의 기사 돌아오다』를 썼을 때, 다음과 같이 선언하였다.

이러한 출판사들에 사람들이 머무르는 시간이 점점 짧아지고 있음을 알아야 할 것이다. 예를 들면, 닐 아담스에서보다 DC에서 나는 훨씬 적은 시간을 소비한다. 그리고 분명히 가드너 팩스보다 더 짧은 시간을 보낸다. 당신은 당신 자신이 작품을 만드는 것처럼 당신 작품을 통제할 수 없다. 그것은 참을 수 없는 상태이어서, 나와 알랜 무어 그리고 수많은 다른 사람들은 그러한 회사들로부터 멀어지고 따라서 이런 필수적인 대중영웅들로부터도 멀어지게 되었다.

만약 슈퍼영웅의 아이디어와 함께 일을 하고 싶다면 자신의 의견이 무엇인지를 알아야 한다. 슈퍼맨을 흉내만 내어서 따라잡을 순 없다. 그것은 싸구려가 되고 우스개가가 되고 원작보다 못한 것이 될 것이기 때문이다. 나로서는 이러한 영웅들을 놓칠 수가 없다. 과거의 것들을 바가지씩우지 않고서 새로운 것들로 준비할 것이다.

1980년대 초반에 퍼시픽 카믹스는 잭 커퍼, 데이브 스티븐, 마이크 그렐 같은 창작자들에게 그들 자신의 창작물을 소유하도록 기회를 제공하였는데, 그러한 생각은 『퍼스트』, 『이클립스』, 『키친 싱크』, 『다크 호스』, 『툰드라』 그외의 많은 작품들의 지지에 의해서 하나의 ‘독립된 만화 기준’이 되었다. 마블사와 DC사는 창작가 소유의 간기로 대응을 하였으며, 보수 스케줄과 로열티, 혜택 프로그램들을 증강하였다. 창작가 소유의 산업으로의 너무나도 거대한 이동은 1991년의 이미지 출판의 발전 계기가 되었다. 이미지 회사는 마지막 남은 거대회사, 계약하기를 꺼리는 회사인 마블과 DC사의 가장 인기있는 창작가들로 이루어졌다. 그들은 전체 창작가 소유의 만화책 라인을 발전시키고, 각각의 라인들은 엄청나게 판매고를 올렸다. 그렇게 하여서 실제로 그들은 2년 내에 판매고와 시장점유율에 있어서 마블사 다음으로 두 번째로 큰 만화회사가 되었다. DC사와 마블사는 직원들에게 주고자 하는 보수를 꾸준히 증액하며, 고용되어서만 일하고자 하는, 재능있는 그러나 점점 질이 떨어지는 인재시장에 대응해왔다. 만화문화의 미래는 익명의 캐릭터들을 양산하기보다는 각각의 창작가들의 재능에 관심이 모아질 것이 확실하다.

만화왕국의 문화경제는 스토리 구성이나 창작가의 중요도에 의해서 결정되는, 규범적 잡지가 되는 능력에 기초를 둔다. 이러한 만화들을 소유함으로써 독자들은 자신의 만화왕국에의 참여를 입증해 보이고, 창작가, 캐릭터, 스토리 전개 등의 지식을 구축한다. 이미 논의된 것처럼, 만화는 근본적으로 연속물, 소유 가능한 잡지이기 때문에, 만화왕국은 다른 대중매체 주위에 존재하는 팬 문화와는 특이하게 다르다. 그것은 또한 직접적으로 경제적 외관을 취하기 때문에 그런 점에서 특이하기도 하다. 대중잡지가 기사화하기 좋아하는 것처럼, 희귀하고도 중요한 만화책은 엄청난 돈의 값어치가 있다. 슈퍼맨이 처음 등장하는 『액션 카믹스』 1권은 10만 달러에서 12만 달러의 값어치가 있고, 처음으로 배트맨 이야기가 나오는 『디텍티브 카믹스』 27권은 11만 달러에서 12만 5천 달러의 값어치가 있다. 로빈이 1-900 전화 조사의 결과로 죽게 되는, 『가족 내 죽음』 시리즈의 4권에서처럼, 현대의 만화들마저도 표지가격이 1.85달러에서 100달러로 뛰는 건 시간문제다. 만화의 시장가격은 주간, 월간, 연간의 팬 진가격 가이드에서 주의 깊게 살펴진다. 다른 시장과 마찬가지로 가격은 수요와 공급의 원칙에 의해서 결정된다.

훌륭한 만화 수집의 화폐적 가치는 그것의 문화적 가치가 공식 문화의 경계를 넘어설 정도이다. 만화 팬들이 무시되는 동안에도, 값어치있는 것들의 축적은 무시되지 않았다. 많은 팬들이 그들의 흥미를 정당화하는걸 배웠고, 그들의 취미에 대한 경제적 가치를 인용하면서

만화 팬이 아닌 시각에 대하여 위상을 부여한다. 그들은 자기들이 수집한 작품들이 얼마의 값 어치가 나가며, 어떤 작품들은 얼마까지 오르리라는 이야기를 당신에게 들려줄 것이다. 최신의 《위저드》 발행본에 있어서, 한 인기있는 팬 잡지의 편집자는 젊은 독자층 그룹에게 만화 팬들을 멍청이로 보는 고정관념에 대하여 어떻게 느끼느냐고 물었다. 독자들은 그들이 종종 사회적 부적격자로 인식된다는 데에 대하여 동의하였다. 하지만 그들은 수집의 경제적 가치로 변명을 대신하였다. “가끔 내가 알고 있는 사람들이 나에게 ‘왜 돈을 낭비하느냐’고 묻는다면, 나는 그들에게 그것은 투자라고 대답한다.”

이러한 정당화의 아이러니는 전체 만화책 시장이 상류문화에 대한 비의도적 모방이다. 만화의 진정한 가치는 돈이 아니라 문화다. 상류문화에 있어서의 작품 수집과 마찬가지로, 가치란 상대적인 용어이다. 가치는 창작가에 대한 문화적 지식, 전통에 대한 역사감각, 전체 집회에 대한 인식, 공들인 작업의 가치를 결정하는 전위예술에 대한 인식 등을 필요로 한다. 명작을 살 수는 있지만 정말로 감상할 줄은 모르는 벼락부자에 대한 부르주아의 비웃음처럼, 만화 팬들도 단지 돈만을 목적으로 만화를 구입하는 사람들을 비난한다. 1993년 3월, 『스폰』 9권의 편집자에게 보내는 편지란에서 본 한 팬 레터는 팬이 아닌 수집가들을 대하는 태도를 요약해 주고 있다.

제이슨과 내가 『스폰』 7권을 구입하던 날, 우리는 세뇌당한 소비자들의 이상한 현상을 목격하게 되었다. 그것은 지켜보면서도 이해하기 어려웠다. 세 명의 중년의 직장인들이 우리가 자주 가는 가게에 들어왔다. 그리고 그들은 독수리가 시체를 해치우듯 선반을 깨끗이 해치웠다. 그들은 『알파 플라이트』로부터 『영 블러드』에 이르기까지 모든 걸 샀다. 그들은 무차별적으로 사냈고, 그들이 산 만화는 무더기가 되었다. 그들은 각각 70달러 이상씩 소비하였고, 그 주의 경품당첨이 되어 그들이 투자한 것에 대하여 만면 가득 기쁨을 나타내며 행복하게 걸어나갔다. 하지만 그들이 투자한 것이 뭐란 말인가? 상품의 75% 이상이 읽혀지지 않고서 단지 자루에 담겨 썩고 있다가 어느날 시장이 그 가치를 올려줄 것을 기대하고 있으리라 확신한다.

진짜 팬에게 있어서 만화란 사는 것이 아니다. 만화는 이해되고 즐겨져야 하는 것이다. 수집의 경제적 측면은 가짜일 뿐이다. 단지 책 자체를 획득하는 것은 매정한 자의 행위일 뿐이다. 만화 팬들은 자신들이 그 매체를 사랑하고 만화가 들려주는 이야기를 사랑하기 때문에 모

은다. 다이아몬드 카믹스의 사장인 스티브 게피는 가장 소장할 만한 100가지 만화책을 기념하는 《위저드》 특별 발행본에서 다음과 같이 썼다.

나는 엄청난 달러 가치를 지니는 만화책들을 자동적으로 목록을 만들고 있는 내 자신을 발견하게 된다. 내가 여기에 열거한 만화책들이 훌륭한 만화에 대하여 투자할 만한 범주에 들어가는지는 잘 모르겠다. 하지만 나는 이러한 만화책들이 어린 시절의 꿈을 키워주는 것이기에 그것을 가장 큰 이유로 만화책이 특별하고 수집할 만한 가치가 있는 것으로 알고 있다. 이렇게 만화왕국의 논리를 진정으로 이해하기 위해서는, 우리는 한 만화의 화폐적 가치에 대한 모든 주장들이 철회하는 것을 깨달아야만 한다. 각각의 만화에 가격표시로 붙은 달러 숫자는 화폐적 가치가 아닌 그것들의 문화적 가치에 대한 표시이다. 무엇보다도 팬들은 그들이 만화책에 나오는 이야기를 사랑하는 동질감을 가지고 있기 때문에 그들이야말로 팬들이었다.⁵⁾

V. 결론

팬 왕국의 관행은 대중문화의 좀더 종합적인 면을 복합적으로 강화하는 것이다. 존 피스크와 영국의 문화연구 전통에서 소개한 것처럼 만화 팬들은 좀더 보편적인 대중문화의 특성에 참여한다. 만화왕국은 문화산업에 의해서 제공된 것을 자신의 용도로 사용한다. 팬 문화의 대부분은 기존의 혹은 원래의 특성을 나타내는 아마추어 팬 잡지, 뉴스 레터, 만화책 등의 생산 주위를 맴돈다. 전문적 만화책과 팬 잡지는 팬 예술의 예제를 정기적으로 출간하여 이러한 관행들을 부추키기도 한다. de Certeau의 언어로 말하면, 만화팬들은 원문에 충실한 밀렵자들의 특수한 형태이다. 그들은 만화에서 캐릭터, 이미지, 대사, 관행 등을 빌려서 그것들을 그들 자신들만의 언어로 재생산한다. 팬 왕국처럼 만화왕국도 대중문화가 현대사회에 있어서

5) 요즘 들어 예술계의 새로운 현상으로 '만화 다시 보기'가 부각되고 있다. 이는 만화가 담고 있는 다양한 기호와 양식을 제대로 읽어내어 새로운 예술로서의 가능성을 확인하는 작업이다. 만화예술의 파괴력을 진작 간파한 프랑스에서는 "만화가 먼저 원심운동을 하면, 철학이 나중에 그것을 중심으로 추스린다"고 할 만큼 문예·철학적 전위에 만화를 놓는다. 제도화한 상상력의 바깥에서 인간과 사회의 허구, 위선을 폭로하는 풍자정신이야말로 만화예술의 본질, 아마 어른들이 만화를 불량으로 몰아붙이는 것도 이런 '비틀기'에 대한 지나친 우려 탓일지도 모른다. 최근 들어 만화를 보는 우리 사회의 시각도 많이 달라져가고 있다. 정부는 영상산업진흥책을 내세우며 만화와 만화영화(애니메이션)를 집중 육성하겠다고 말하고 있다.(《Ani&Cartoon》 기사 중에서)

어떻게 가능한지에 대한 명확하고도 과장된 사례이다.

만화왕국은 부르디외의 문화모델에 있어서 권리를 박탈당한 위치에 놓여진다. 만화 매체가 제도화된 ‘좋은 취향’의 기준에 맞지 않는 것이 주된 이유로, 만화 팬들은 권리를 박탈당하는 것이다. 그들은 문법에도 맞지 않는 이야기와 단순한 만화로서 유지한 매체 정도의 문화적 지위를 가지는 사람들로 보이는 것이다. 하지만 팬 왕국은 공식 문화처럼 똑같은 법칙에 의해서 운영되는 특수한 문화환경을 가지고 있다. 팬들은 그들의 지위가 인정받지 못하는 것에 대한 보상을 받기 위하여 그들 자신들의 공동체 내에서 지위를 얻고자 노력한다. 그들은 만화세계의 지식으로부터 도출된 문화적 자본을 축적함으로써 그렇게 한다. 잘 선정된 만화책 목록을 만드는 능력에 의해서 이러한 지식은 검증이 되고 증명이 된다. 만화왕국의 그림자 문화경제는 공식문화가 행하는 심미적 ‘좋은 취향’의 모든 기념비적인 것들을 관찰한다. 사실, 그것은 팬들을 현재의 직접적 공격하에 놓이게 하는, 즉 경계를 모호하게 하는 것이다. 공식문화가, 대중매체 형식의 인기있는 잡지들을 예술적으로 평가할 만한 것으로 취급을 해 준다면, 팬들은 분명 지적으로 낮고, 심리적 상태가 의심스럽고 감성적으로 미성숙한 것으로 드러나게 될 것이다.

공식문화에 있어서, 만화왕국은 개별 작가들과 중요한 역사적 사건들의 장점에 근거를 둔 특별한 작품들에 대하여 기존의 기준으로 인식하는 데 관심이 있다. 만화왕국은, 참여자들이 하여금 공식문화의 주도적 규율에 굴하지 않고 문화적 자본을 수반하며 사회적 품위와 자존심을 획득하도록 한다.⁶⁾

6) 역자 덧붙임: 세계의 경향에 맞춰 한국에서도 새로운 바람이 불고 있다. 한국 만화가 해외에 진출하면서 영역을 넓혀가고 있다. 어느 시대에서나 새로운 문화는, 그리고 그 문화가 정착하기까지는 필요한 시간과 과정이 있게 마련이다. 이제 우리는 이전의 ‘만화’에 대한 고정관념을 버리고 예술문화의 한 분야로서 만화를 인정하고 발전시키고 이용해야 할 것이다.

참고문헌

- Barker, Martin, *Comics: Ideology, Power & the Critics*, Manchester: Manchester UP, 1989.
- Berger, Arthur Asa, "Taking Comics Seriously," *The Wilson Quarterly* Vol. 2(3) Summer 1978, pp.95-101.
- Bierbaum, Tom, "As Typical Comics Reader Skews Older, More Adult Themes Raise Questions and Eyebrows of Kiddies," *Variety* 8 July 1987, p.27, 42.
- Bourdieu, Pierre, "The Aristocracy of Culture," *Media, Culture and Society* 2, 1980.
- Bourdieu, Pierre, *Distinction: A social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge, MA: Harvard UP, 1984.
- Feldman, David B., "Finding a Home for Fictional Characters: A Proposal for Change in Copyright Protection," *California Law Review* Vol. 78 (3), 1990, pp.687-720.
- Fiske, John, "The Cultural Economy of Fandom," *The Adoring Audience : Fan Culture and Popular Media*, Lisa A. Lewis(ed), New york: Routledge Press, 1992, pp.30-49.
- , *Reading the Popular*, Boston: Unwin Hyman, Inc., 1989.
- , *Understanding Popular*, Boston: Unwin Hyman, Inc., 1989.
- Fost, Dan, "Comics Age With the Baby Boom," *American Demographics* Vol. 13(5), May 1991, p.16.
- Fulce, John, *Comic Books Exposed : Seduction of the Innocent Revisited*, Louisiana: Huntington House Publisher, 1990.
- Geppi, Steve, "Collector's Collectible Comics," *Special Edition of Wizard : The 100 Most Collectible Comics*(First Edition), 1993, pp.6-7.
- Gilbert, James, *A Cycle of Outrage*, NewYork: Oxford UP, 1986.
- Harris, Neil, "Who Owns Our Myths? Heroism and Copyright in an Age of Mass Culture," *Social Research* Vol. 52(2), Summer 1985, pp.241-67.
- Helfand, Michael Todd, "When Mickey Mouse is as Strong as Superman: The Convergence of Intellectual Property Laws to Protect Fictional Literary and Pictorial Characters," *Stanford Law Review* Vol. 44(Feb. 1992), pp.623-74.
- Inge, Thomas, "Collecting Comic Books," *American Book Collector* Vol. 5 (2), March/April 1984, pp.3-15.
- Jenkins, Henry, *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*, New York: Routledge Press, 1992.
- Kurtz, Leslie A., "The Independant Legal Lives of Fictional Characters," *Wisconsin Law Review* vol. 1 1986, pp.429-525.
- Lowery, Sharon, *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects*, New York: Longman, Inc.,

- 1983.
- McAllister, Mathew Paul, "Cultural Argument and Organizational Constraint in the Comic Book Industry," *Journal of Communication* Vol. 40(1), Winter 1990, pp.55-71.
- McDonell, David, "Word Balloons: Creative Rites," *Comics Scene* #27, June 1992, p.5.
- Medhurst, Andy, "Batman, Deviance and Camp," In Roberta E. Pearson and William Uricchio (eds), *The Many Lives of the Batman: Critical Approaches to a Superhero and his Media*, New York: Routledge press, 1991.
- Reid, Calvin, "Picture This: Batman, Popular Syndicated Cartoons and Sophisticated Graphic Novel Have Paved the Way for the Comics' Success in All Markets," *Publishers Weekly* Vol. 237(41), 12 Oct. 1990, pp.17-23.
- Schechter, Harold, "Comicons," in Ray B. Browne and Marshall Fishwick(eds), *Icons of America*, Bowling Green: Bowling Green State University Popular Press, 1978.
- Sharrett, Christopher, "Batman and the Twilight of the Idols: An Interview with Frank Miller," in Roberta E. Pearson and William Uricchio(eds), *The Many Lives of the Batman: Critical Approaches to a Superhero and his Media*, New York: Routledge Press, 1991.
- Starker, Steven, *Evil Influences: Crusades Against the Mass Media*, NJ: Transaction Publishers, 1989.
- Wertham, Frederic, *Seduction of the Innocent*, New York: Rinehart Press, 1954.
- Witek, Joseph, *Comic Books as History: The Narrative Art of Jack Johnson, Art Spiegleman and Harvey Pekar*, Mississippi: UP of Mississippi, 1989.
- Wizard, "The Brat Pack: Are Comics Really for Geeks?" *Wizard: The Guide to Comics* #12, Aug. 1992, p.35.