

가족애니메이션 캐릭터 연구 - 〈심슨 가족〉을 중심으로

A Study on the Family Animation Characters - Focused on the 〈the Simpsons〉

윤혜영

한양대학교 문화콘텐츠학과

Hye-Yung Yoon(marilin1979@hotmail.com)

요약

〈심슨 가족〉에 대한 관심은 미국 문화의 함축, 깊이 있는 풍자, 흥행에 대한 벤치마킹이 대부분이다. 서사적 특성과 캐릭터의 특징을 기반으로 한 흥행 원인 분석이 부족한 상황이다. 이 작품의 장르적 특성을 가족 애니메이션이라 규정하고, 이에 따른 전략적 캐릭터 서사 분석을 목적으로 한다.

캐릭터의 개별적 특징을 확인하고 타 애니메이션, 드라마, 시트콤의 캐릭터와 비교 분석해보았다. 또한 캐릭터들이 서사에 참여하는 비중, 특정 에피소드에서 웃음의 시점과 향유자층의 관계를 분석하였다.

1) 캐릭터의 이상적인 모습을 탈피해 대중 매체가 지향하던 고정된 시선을 풍자하고 대중이 가진 욕망을 자극한다. 2) 또한 등장하는 모든 캐릭터가 주인공이 되고 때로는 조력자, 안타고니스트가 되는 순환적 서사를 통해 향유층을 확장하고 문화적 할인율은 절감했다. 3) 서사의 층위를 달리해 유아, 청소년, 성인들이 즐길 수 있는 깊이가 각각 달라지고 이 역시 타겟의 확장에 기여한다.

한국 애니메이션이 가진 타겟과 주제에 대한 한계를 감안했을 때, 〈심슨 가족〉이 가진 위의 특징을 활용한다면 보다 가치 있고 지속적인 향유를 가능하게 할 것이다. 이후 한국의 가족 애니메이션에서 나타나는 캐릭터 특징을 확인하고 이를 통해 향유의 확장성과 지속 가능성을 검토하고자 한다.

■ 중심어 : 〈심슨 가족〉 | 가족 애니메이션 | 캐릭터 | 서사 | 타겟 | 향유 |

Abstract

There has been not the research on the reason of success based on the characteristic of narrative and characters of 〈the Simpsons〉, I defined the major characteristic of this genre as family animation, and aimed at researching strategic character and narrative.

The characteristics of each characters are identified, and compared with other animation, soap opera, and sitcom. The portion that characters participated in the narrative was analyzed, and the relationship between the point and viewers was also researched in the specific episodes.

1) The characters against the ideal ones function to satirize the fixed idea pursued by the mass, and stimulate the viewers' desire. 2) All the characters are protagonist and sometimes antagonist, or advisor. The circulating position expands the target of viewers, and decreases the cultural discount. 3) It produces a couple of layered narrative, then children, teenagers, and adults enjoy the each different depth of the narrative, resulted in the target expansion.

Considering on the limit of theme and target in Korean animation, I expect the findings above will enable to produce more valuable and consistent contents. Later, characters in the Korean family animation is to be researched and the expandability and sustainability would be ensured.

■ keyword : 〈the Simpsons〉 | Family Animation | Character | Narrative | Target | Enjoyment |

I. 서론

〈심슨 가족(the Simpsons)〉은 만화가 맷 그로닝(Matt Groening)이 처음으로 제작한 미국의 TV 애니메이션 시리즈이다. 미국에서는 매주 한 편 씩 미국의 FOX TV를 통해 방영중이며, (2019년 1월 기준) 현재 시즌 29가 완료되었다. 한국에서의 첫 방영 당시 다소 이질적인 문화적 배경으로 많은 인기를 끌지 못했으나, 이후 방송 프로그램의 장르가 다양화되고 문화적 간격이 좁아지며 〈심슨 가족〉은 작품성과 흥행성으로 조명 받게 된다.

〈심슨 가족〉에 대한 대중적 관심은 주로 (1) 미국 문화를 들여다 볼 수 있는 창으로서의 기능, (2) 현대사회에 대한 풍부하고 깊이 있는 풍자, (3) 지속적인 흥행을 통한 벤치마킹의 대상 등으로 나누어 볼 수 있다. 그러나 이는 서사적 특성에 대한 탐구는 배제한 채, 대중문화와 흥행만을 결부시켜 결과를 재탐색하는 것이며, 작품의 특징을 기반으로 한 흥행의 원인 분석은 제대로 이루어지고 있지 않다.

선행 연구를 살펴보면 대중문화, 패러디, 관객성 등을 주로 다루고 있는데, 세부적인 내용은 다음과 같다. 작품에서 드러나는 패러디를 포스트모더니즘의 특징으로 보고 이들의 특징을 분석한 연구[1], 미국의 신화를 중심으로 작품의 관객성을 분석한 연구[2], 대중문화와 창조성을 기반으로 블루스라는 특정 음악 장르의 문화적 특징을 이 작품에서 찾아낸 연구[3]도 있다. 또한 작품의 배경이 되는 스프링필드라는 가상 공간을 게임화하는 전략에 대한 논문[4], 작품이 가지는 시트콤적 특성을 찾아낸 논문[5]도 찾아볼 수 있다.

그러나 이 작품에 대한 국내 연구는 양적으로도 적을 뿐더러 작품 자체에 대한 연구 보다는 특정 이론과 전략을 확인하기 위해 작품을 모델로 활용하고 있는 것들이 대부분이다. 대중적 관심과 흥행의 원인을 분석하는 데 있어 작품의 장르적 특성 연구나 전략적 캐릭터 서사에 대한 분석이 전무하고, 국내 TV 애니메이션 장르의 다양화와 향유자 확장을 위한 벤치마킹에 대한 연구도 이루어지지 않고 있다.

즉, 기존 선행 연구들의 가장 큰 문제점은 일반적인 서사 분석과 미시적인 캐릭터 분석에 그쳤다는 것이다. 이

를 보완하기 위해 시트콤이라는 장르적 특성 안에서 서사 구조를 살펴보고, 캐릭터들이 어떻게 전략적으로 활용되고 있는 지를 분석하였다.

따라서 필자는 이 작품의 가장 큰 장르적 특성을 가족 애니메이션이라 규정하고, 이에 따른 전략적 캐릭터 서사를 분석하는 것을 목적으로 한다.

〈심슨 가족〉의 가족 애니메이션으로서의 특성을 찾아내기 위해 캐릭터에 대한 분석이 선행되었고, 통시적 공시적 시점에서 타 애니메이션, 드라마 시트콤의 캐릭터들과 비교 분석해보았다. 또한 모든 가족 캐릭터가 서사에 참여하는 비중을 확인하기 위해 시즌 18과 19의 전 에피소드에서 주동 인물과 타인물들의 참여 정도를 분석하였고, 다층적 향유를 증명하기 위해 시즌 5의 에피소드들에서 웃음의 시점과 향유층의 관계를 분석하였다.

먼저 이 작품의 가족 시트콤이라는 장르와 애니메이션이라는 양식의 특징에 대해 살펴본다.

Rose 와 Alley 는 〈TV Genres〉에서 시트콤을 다음과 같이 정의하고 있다.

시트콤은 동일한 조건에서 반복되는 캐릭터들의 에피소드를 기초로 한 30여 분간의 시리즈물을 말한다. 즉 매주 본질적으로 동일한 배경의 똑 같은 사람들을 마주하게 된다. 이 에피소드들은 한정되어 있어 한 회의 에피소드에서 일어나는 일은 모두 그 회에서 종료된다. 30분 안에 모든 것을 설명하고 화해시키고 해결한다[6].

주로 등장하는 공간은 심슨 가족의 집, 심슨의 직장과 리사, 바트의 학교, 그리고 마을을 주로 하고 있으며, 희극적 상황과 대사들을 포함하고 있다. 그리고 동일한 주인공들이 매회 다른 사건을 경험하며 일어나는 이야기를 서사의 기본 골조로 하고 있다는 것이 기존 시트콤 장르에 부합한다고 할 수 있겠다.

그러나 애니메이션이라는 양식 때문에 기존의 시트콤과는 다른 차별점이 드러난다. 기존의 고전적 시트콤은 카메라를 일정한 곳에 고정하여 촬영하고 관객들을 참여시키는 스튜디오 방식을 고수한다. 최근 등장하는 현대적 시트콤이라 해도 스튜디오를 기반으로 촬영하고 새로운 장소는 추가로 촬영하는 패턴을 보인다. 그러나 애니메이션의 경우는 허구적 설정이 무한히 자유롭기 때문에 시공간 배경을 자유롭게 설정하고, 카메라의 이동, 캐릭터의 동선에도 제약이 없다. 이러한 애니메이션의 장점

이 결합되어 이 작품의 정체성과 개성을 만들어내고 있다.

이처럼 〈심슨 가족〉은 가족 시트콤 장르로서의 TV 시리즈 애니메이션이라 칭해야 하겠으나 이를 줄여 이른바 가족 애니메이션이라 칭하고 새롭게 규명하고자 한다. ‘혈연으로 이루어진 가족, 또는 유사 가족 형태를 이루는 그룹이 등장해 기존 시트콤 장르의 서사를 표방하며, 만화적 상상력을 바탕으로 다양한 서사를 구현해 낸 시리즈 애니메이션’이라고 정의한다.

II. 본론

1. 캐릭터 전복을 통한 의외성과 통쾌

이야기와 이야기의 배경 및 등장인물은 현실에 근거한다. 특히 대중적인 콘텐츠의 등장인물들은 동시대의 연령과 계층을 대표하기 마련이다. 즉, 당시의 가장 일반적인 아버지의 모습을 아버지 캐릭터로, 역시 어머니와 가족들의 성향과 역할들을 그대로 묘사하는 경우가 그것이다. Albert 와 Mustazza 는 이를 ‘듣고 싶어 하는 특정 메시지’라고 표현한다. 이를 통해 대중은 친근하고 나와 닮은 것에서 오는 호감, 당대의 사회상과 인물상을 바라보며 느끼는 심리적 편안함을 느낄 수 있다. 또는 매체가 가진 힘을 이용하여 정치적으로 경제적으로 의도한 메시지를 전하는 때도 있다.

〈비버는 해결사〉, 〈아빠가 제일 잘 아셔〉, 〈도나 리드 쇼〉 같은 초기의 네트워크방송국의 시트콤은 50년대를 살며 우리 대부분이 듣고 싶어 했던 특정 메시지를 전달한다. 그리고 이 매체는 이 영향력 있는 메시지를 수많은 중산층 가정에 전파했다. 하얀 말뚝 울타리가 있는 교외의 집, 화이트 칼라 아빠가 있는 핵가족, 가정적인 엄마, 잘 교육받고 예의 바르며 성적 역할이 고정된 아이들, 두 개의 차, 여름 휴가 등 이러한 모든 가치들과 그 이상의 것들을 순진해 보이는 텔레비전이 형성하고 반영하였다[7].

그 동안 미국이 보여주거나 또는 고수하고자 했던 전통적인 중산층의 모습을 그대로 반영한 이들 가족 드라마와 시트콤들의 열혈 시청자들을 놀라게 한 작품이 바로 〈심슨 가족〉이다. 또한 애니메이션이라는 장르적 측



그림 1. 〈심슨 가족〉의 등장인물

면에서 본다면 이는 당시 월트 디즈니가 지배하던 판타지 세계 속 캐릭터들과도 차별화된다. 현실에서 벗어나기 위해 만든 판타지로서의 애니메이션이 이제 현실 그 자체를 떠안고 돌아온 것이다[8]. 심슨 가족 모두는 그동안 축적된 미국 가족의 이미지와 대표성을 비틀거나 전복하고 있다. 작품의 등장인물이 이를 반증하는데, 주요 인물과 특성은 다음과 같다.

가장인 아버지 ‘호머(Homer)’는 원자력 발전소의 안전 관리 책임자이지만, 무능력하고 불성실하다. 심지어 사고를 일으켜 가족과 지역 사회를 위협하기도 한다. 생각하는 것을 싫어하며 이성적 판단을 하지 않는 그는 뇌에 삽입된 크레용을 제거해 지능을 높일 수 있었지만, 예전의 멍청한 모습으로 돌아가고자 한다[9].

특히 가장인 아버지 호머는 기존의 미국이 만들어 놓은 아버지상과 자주 비교된다. 〈월튼네 사람들(the Waltons)〉 과 〈초원의 집(Little House on the Prairie)〉 에 등장하는 아버지 캐릭터를 살펴보자. 당시 〈월튼네 사람들〉에 등장하는 존(John)은 가족이 함께 일하는 작은 제재소를 운영하며 열심히 일하는, 성실한 가장의 모습을 보여준다. 또한 온순하고 현명하며 용감한 성격으로 도전적이며 바른 말을 하는 데 주저하지 않는

다. <초원의 집>에 등장하는 찰스(Charles) 역시 성실하고 가족적인 아버지이자 남편으로서 기존 매체에서 보여주는 이미지에서 벗어나지 않는다. 심지어 부시 대통령은(George H. W. Bush)는 미국 사회가 심슨 보다는 월튼 가족처럼 되어야 한다고 말한 적도 있다[10]. 이러한 기존 매체에서 보여주는 아버지의 모습과 '호머 심슨'은 큰 대조를 보여준다.

호머의 아내이자 아이들의 어머니인 '마지(Marge)' 역시 독특한 외모를 가지고 있다. 높게 올린 푸른 색 머리, 귀에 거슬릴 정도의 허스키한 목소리를 가졌고, 다소 도발적이고 충동적인 성격이다. 부드러운 목소리의 인자하고 사랑스러운 아내, <월튼네 사람들>의 '올리비아(Olivia)'와 대조적이다.

이들의 아들인 '바트(Bart)'는 끊임없이 사고를 일으키는 말쑥꾸러기로 그려진다. 그의 기발한 장난에 십대 시청자들은 열광하지만 이러한 모습 뒤에 숨겨진 그의 독설과 매체 비판이 바로 의외성의 일부이다. 바트는 종종 미디어를 패러디하거나, 대중에게 직접 이야기하는 화법을 통해 작가가 하고자 하는 이야기를 대신 전달한다 [11].

'바트'와는 반대로 그의 여동생 '리사(Lisa)'는 매우 영리하며 진보적이다. 대부분의 애니메이션에서처럼 이런 부류의 주인공은 자신이 가진 능력과 재치로 위기를 극복하고 성공에 이르지만 '리사'는 늘 그와 반대 상황에 직면한다. 채식주의자, 환경운동가인 그녀는 늘 아버지 '호머'와 오빠 '바트'에 의해 꿈이 좌절되고, 그들의 꼬임에 속아 넘어간다.

위에서 본 이 남매의 모습 역시 기존의 시트콤에서 보여준 성 고정관념의 파괴를 보여준다. <월튼네 사람들>에서 딸들로 나오는 '메리(Mary)'와 '에린(Erin)'은 그동안 고정된 여성성을 대표한다. 예쁜 외모, 종종 허영심을 보여주고, 자주 사랑에 빠지는 모습들이 이를 증명한다. 그리고 주변 남자 형제들 또는 아버지에 의해 고정되고 어머니의 모습을 닮아가게 된다. 그러나 이런 관계와는 반대로 <심슨 가족>에서의 '리사'는 오빠 '바트'와 비교해 이성적이며 진취적이다. 또한 자신만의 철학으로 가족을 설득하거나, 위기에서 '바트'를 구해낸다. 그러나 여기에서 다시 한 번 캐릭터성의 전복이 일어난다. 양심과 지성을 가진 '리사'는 늘 소외되고, 가장 명칭해 보이

는 '바트'의 캐릭터가 사회의 진실을 폭로하는 모습을 볼 수 있다. 즉 여성성과 남성성의 틀을 파괴해 보여주면서도, 그 이후에 생성된 이성과 감성, 지성과 무지에 대한 고정된 캐릭터성을 다시 한 번 비틀어 전복하고 있다.

이렇게 가장의 이상적인 모습을 전복시키고, 현모양처에 대한 기대를 깨고, 가장 명칭해 보이는 캐릭터가 사회의 진실을 폭로하고, 양심과 지성을 가진 이는 소외된다. 그 동안 가족이 등장하는 드라마나 시트콤에서 보여주는 이상적인 또는 현실과 닮은 듯한 모습을 파괴하고, 가족 안에서의 성역할과 성고정관념 역시 전복해, 개인이 가지는 개성과 의외성을 극대화하고 있다. 이는 캐릭터 이미지 차원에서 리얼리티가 적은 애니메이션이라는 장르이기에 더 큰 효과를 생성하고 있다. 즉, 캐릭터의 의외성과 차별성에 대해 향유자의 저항이 크지 않다는 것이다. 실존 인물이 등장하는 드라마보다 작화로 표현된 이미지에 대해 향유자는 더 큰 인내심 또는 개방성을 가지게 되기 때문이다.

2. 캐릭터 순환을 통한 향유자층 확대

<심슨 가족>의 캐릭터 서사가 가지는 가장 큰 특징은 가족 애니메이션으로서의 효율적인 캐릭터 활용이라고 할 수 있다. 이는 가족이라는 캐릭터군을 등장시켜 타겟층을 확대시켰다는 것과 각각의 캐릭터 비중, 영향력을 적절히 안배했다는 두 가지 측면에서 중요하다.

<심슨 가족>의 주요 등장인물 4명은 한 에피소드 또는 한 시즌 안에서 일정한 비율을 유지하며 등장한다. 기존 TV에서 방영되던 애니메이션의 타겟은 주로 아동이었으나, <심슨 가족>의 경우는 아동, 청소년 및 성인층 모두를 그 타겟으로 하고 있으며, 실제로 그에 걸맞게 가족 캐릭터군을 등장시켜 모두가 에피소드의 주동인물로 활약한다. 실제로 시즌 18과 19의 42개 에피소드를 분석한 결과 4명 캐릭터가 주동인물로 등장한 횟수는 '호머' 20회, '바트' 15회, '마지' 14회, '리사' 11회로 정리된다. 메인 테마와 서브 테마로 나누어 진행되는 에피소드에서는 두 플롯의 주동 인물을 모두 등장횟수에 추가해 계산하였다.

이는 당시 폭스(Fox)사의 전략과도 결부된다. 당시 폭스사의 편성 일정 등을 살펴보면 이를 확인할 수 있다. 시트콤의 인기가 방송사의 성패를 좌우할 정도로 큰 역

할을 하던 당시 폭스사는 프라임 타임에 〈심슨 가족〉과 〈King of the Hill〉을 편성하는데, 이는 시트콤 드라마를 편성하던 타방송사와는 대조적인 행보이다.

인기 시트콤의 다양한 프로그램으로 폭스는 프로그램의 기반을 확장하고 있었다. 이는 세대와 민족을 아우르는 다양한 시청자층을 확보하기 위해서였는데, 결국 기존 방송사들의 거대한 경쟁자가 되는 결과를 만들었다. 실제로 80년대 후반 폭스사의 이러한 영향력은 TV 프로그래밍의 중요성을 일깨우는 강력한 요소가 되었다[12].

당시 타방송사인 ABC, CBS, NBC의 경우 도시의 여자 주인공을 내세운 〈Roseanne〉, 〈Murphy Brown〉, 〈Designing Women〉, 〈Golden Girls〉 등이 프라임 타임에 편성된 것을 보면 이들 방송사의 경우, 여성을 타겟으로 했다는 것을 알 수 있다. 그러나 폭스사의 경우, 가족이 등장하는 시트콤 형식의 〈심슨 가족〉과 〈King of the Hill〉을 편성하였다. 〈King of the Hill〉의 경우도 가족 애니메이션으로서 〈심슨 가족〉의 캐릭터 활용과 비슷한 면을 보여준다. 다만 도시가 아닌 텍사스를 배경으로 남부 스타일의 유머를 특징으로 한다는 것이 〈심슨 가족〉과는 다소 상이한 타겟층을 기대했다고 볼 수 있다. 결국 Umphlett의 말처럼 다양한 성별, 계층, 인종을 타겟화하는 것에는 이들 콘텐츠가 매우 적절한 편성이었다.

〈심슨 가족〉은 이처럼 가족 캐릭터의 비중을 균형 있게 유지하여 타겟층을 확장한 결과를 낳았다. 그러나 한국과 일본의 가족 애니메이션에서는 다른 양상을 보인다. 이들 애니메이션에서는 대부분 주인공을 제외한 다른 가족들이 서브 캐릭터로의 역할만을 견지하거나 서사에 영향을 주지 않는다. 한국의 대표적인 TV 애니메이션 중에서 〈아기공룡 둘리〉와 비교해보았을 때 이는 극명한 차이를 드러낸다. 서사적 특징의 차이를 차치하고 캐릭터에 집중해 보았을 때, 〈아기공룡 둘리〉의 동거인으로 등장하는 '고길동'은 '둘리'에 대항하는 안타고니스트의 역할을 하고 있으며, '철수', '영희', '엄마'는 극의 진행에 거의 영향을 주지 않는다. 〈영심이〉의 경우 주인공은 '영심'으로 고정되어 있고 가족들은 조력자 또는 안타고니스트의 역할을 할 뿐이다. 〈하얀 마음 백구〉, 〈검정 고무신〉의 가족은 가족군으로 등장하며 각각이 극에 큰 영향을 주지는 않는다.

즉 대부분의 작품에서 프로타고니스트와 안타고니스트는 극의 처음부터 마지막까지 고정되어 있고 그 역할은 변화하지 않는다. 주인공은 한 명으로 고정되어 있고 그 외의 가족은 조력자 또는 안타고니스트로서의 역할에 고정되어 있다. 〈심슨 가족〉에서 가족 주체가 서로의 안타고니스트가 되거나 조력자가 되는 등 관계가 끊임없이 변화하는 양상과는 매우 대조적이다. 한국의 가족 애니메이션의 캐릭터들이 이러한 특징을 갖는 것은 기본적으로 이들이 아동을 타겟으로 한 드라마 포맷에서 출발했다는 것을 가장 큰 이유라고 볼 수 있다. 기존의 전통적인 서사의 구조를 벗어나지 않고 있다는 것이다.

그러나 각 작품별로 예외적인 회차는 찾을 수 있다. 〈아기공룡 둘리〉의 경우는 캐릭터 수가 증가하게 되면서 각 캐릭터의 외전 형식을 빌려 '도우너'와 '포치' 등의 과거를 조명하는 에피소드가 등장한다. 이는 초기 기획 단계에서 기획되었다기 보다는 캐릭터에 대한 대중의 반응에 부응한 추가적 에피소드라고 볼 수 있다.

일본 TV 애니메이션의 〈아따맘마(Atashinchi)〉는 〈심슨 가족〉의 캐릭터 활용과 다소 유사한 부분이 있다. '우리집'으로 번역되는 제목에서부터 알 수 있듯이 이 작품은 특정 인물을 주인공으로 내세우지 않고 매 회 4명의 가족이 돌아가며 사건의 주동인물이 된다. 주인공으로 등장하는 힘수는 엄마, 딸, 아들, 아빠 순으로 서로가 갈등의 주체가 되기도 하며, 조력자가 되기도 한다. 그러나 이 작품의 특징이기도 한 서술자가 존재한다는 것이 〈심슨 가족〉의 가족 캐릭터 활용과 다소 차이를 보인다. 서술자의 유무는 에피소드마다 다른데, 아빠와 엄마가 에피소드의 주인공이 되는 경우 딸이나 아들의 캐릭터가 그들의 상황과 사건을 서술한다. 이는 캐릭터의 특징과 결부되는 문제인데, 엄마 캐릭터의 돌발 행동이나 특이한 성격 등을 제3자의 시점에서 객관적으로 서술하여 캐릭터성을 극대화하는 효과가 있다. 아빠 캐릭터는 과묵하고 외부에 대한 반응이 느린 성격이며 대사 없이 상황만을 보여주는 장면이 많다. 따라서 아들이나 딸이 그의 결정과 행동 등에 대해 객관적으로 상황을 서술하여 향유자의 이해를 돕는 기능을 한다.

이 작품은 신문 연재 만화에서 시작해 TV 애니메이션으로 방영, 이후 극장판으로도 개봉되었다. TV 애니메이션은 한국뿐 아니라 대만, 홍콩, 인도네시아, 말레이시아

에도 수출하여 인기를 얻었다. 또한 등장하는 가족 캐릭터의 캐릭터성이 분명하고 각각의 팬층도 두꺼워 여러 광고에도 활용되었다. 가족 캐릭터를 효과적으로 활용하여 타겟을 확장하였고 캐릭터성을 극대화하였기에 대중의 선호도가 그만큼 높아졌다고 볼 수 있다.

〈심슨 가족〉이 가지는 캐릭터 순환은 결국 각 인물의 캐릭터성을 확고히 할 뿐만 아니라 이로 인해 향유자층이 확대되었다. 또한 각자의 관계를 재배열함으로써 새로운 긴장을 형성해 향유자의 몰입을 높이는 결과를 만들어냈다.

3. 다층적 향유가 가능한 서사

각각의 가족 캐릭터가 모두 극에 참여했다고 해서 단 순히 서사의 가치가 높아졌다고 할 수는 없다. 그러나 작품 속 각각의 캐릭터는 그 캐릭터가 반영하는 세대나 성별, 계층이 선호할만한 이미지를 만들어내고 있다. 심슨 가족은 두 세대로 구성되어 있는데 세대별로 층을 분리한다면 두 개의 층, 또는 두 개의 서사 읽기가 가능하다. '호머'와 '바트' 즉 아버지 세대와 아들 세대로 나누면 대부분의 성인들은 '호머' 캐릭터에 대한 몰입이 가능하고 아동들은 '바트' 캐릭터에 대해 열광하곤 한다. 캐릭터를 대하는 두 세대의 반응은 다소 차이가 있다.

표 1. 대중매체에 등장하는 캐릭터의 인기도

자료: 양케트 '이 제품은 내 마음에 들어요'에서 상인그림에 해당되는 상품용 피렌트로 표시 2000년 12월 실시

	전체	소년	소녀
포켓몬	37	41	34
해리 포터	37	30	43
브리튼니 스미어스	35	20	50
심슨	35	41	27
미우스	24	19	29
디들 미우스	22	11	33
디치몬	22	25	20
라라 크로프트	21	25	16
마키 미우스	21	17	25
세일러문	19	11	26

캐릭터 '바트'를 그 예로 들어보자. Axel Dammler에 따르면 〈심슨 가족〉, 〈퓨처라마(Futurama)〉, 〈사우스파크(South Park)〉 등의 만화는 클래식 만화가 강요하는 주제를 담지 않는다[13]. 이들 만화에 등장하는 캐릭터

들은 거칠고 모난 성격에, 악의에 차있거나 반사회적이다. 일곱 살 이하의 아이들은 이 캐릭터들을 받아들이지 못하며 농담도 이해하지 못한다. 그러나 아홉 살 이상 아동들은 〈심슨 가족〉에서 규칙을 위반하는 즐거움을 발견한다. 이들 캐릭터의 의미를 정확히 인지하고, 갓난아이들이 절대 볼 수 없는 재미있고 웃기는 만화라고 생각한다. Brand Trends UK 연구에 따르면 10-14세 영국 남자 아이들에게 〈심슨 가족〉의 브랜드 선호도가 높은 순위를 차지했으며[14], 표에서 보듯이 대중매체 캐릭터의 인기도에서도 높은 순위를 보여준다. 이 시기의 아이들은 반항적이며 늘 장난을 꾸미고, 속이기를 좋아하는 '바트'의 캐릭터에 열광한다[15].

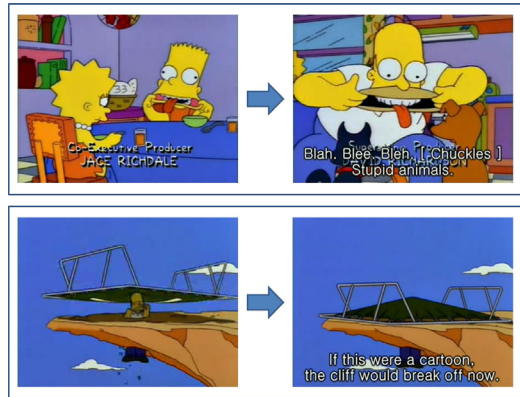


그림 2. 다층적 향유를 보여주는 장면

그러나 이 연령대의 아이들이 '바트'가 꾸미는 장난과 계략, 모함 등의 사건이 가지는 이중적, 중의적, 해학적 의미를 이해하지는 못한다. 즉 2차적 층위를 읽고 해석하는 것은 성인이다. 매체와 사회에 대한 비평, 패러디는 성인들의 향유물이다. '바트' 캐릭터에 열광하는 성인들은 '미디어와 청년 문화 사이의 아이러니를 보여주며, 밈(Mem)을 위장시키고 재구성'[16]하려는 캐릭터, '바트'의 이중적 층위를 이해하고 있는 것이다.

그렇다면 '호머'에 대한 선호도는 어떻게 해석할 수 있을까. 역시 '호머'는 연령대별 두 계층의 향유자를 가질 것이고, 이들의 선호 이유는 다르다. 담물러는 이 층위에 따른 선호도를 '아스테릭스'라는 캐릭터로 설명하는데, 역시 〈심슨 가족〉의 캐릭터에도 적용해볼 수 있다.

어린 아이들이 좋아하는 폭력적인 싸움과 익살스러운

장면이 나온다. 굳이 만화의 내용을 읽을 필요조차 없다. 글을 읽을 줄 아는 아이들은 만화의 지문에 다시 한 번 매료된다. 이 점이 바로 만화 속에 들어 있는 두 번째 유머 '충위'이다. 마지막 세 번째 층은 어른들만이 이해할 수 있는데, 왜냐하면 글에 숨겨진 암시를 풀기 위해서는 이에 필요한 지식을 가지고 있어야 하기 때문이다[17].

결국 '호머'에 대한 아이들의 선호는 '바트' 캐릭터와 마찬가지로 돌발 행동, 일탈, 비일상성 등에서 시작된다고 볼 수 있다. 시즌 5 에피소드 7을 보면 이들 캐릭터의 유아적 발상이 드러난다. 특히 '호머'가 트랩펄린에 집착하고, 아이들보다 더 신이 나서 장난치고 이를 가지고 노는 장면은 아이들이 즐길 수 있는 일차적 재미를 제시한다. 그러나 이 장난감으로 인해 '호머'와 '마지'는 재미있는 인생에 대해 고민하게 된다. 성인들은 이렇게 일차적인 웃음 위에 새로운 층위를 생성하고 이들이 의미하는 사회적 의미와 패러디를 읽어낸다.

이런 향유의 층위는 때로는 병렬적으로 펼쳐지기도 한다. 시즌 5 에피소드 7의 〈Bart's Inner Child〉의 초반 1분을 예로 들어본다. 일상적인 한 가족의 아침 식사 시간을 배경으로 시작하는 이 장면에서 '바트'는 '리사'에게 자신의 얼굴을 일그러뜨리며 장난을 친다. 흔히 아이들 끼리 하는 장난을 묘사한 것인데, '리사'는 엄마에게 이를 이르고, 엄마는 중재한다. 그러나 아빠 '호머'가 강아지에게 똑같은 얼굴로 장난을 치고 있는 것이 다음 장면에 등장한다. 아이들이 동일연령대의 '바트'에게 느끼는 재미를 1차적으로 제시한다. 그리고 아빠 '호머'의 장난, 성인이 하기에 바보 같은 익살을 보여주는데, 이는 아이들 뿐 아니라 성인들도 웃을 수 있는 포인트가 된다.

또한 트랩펄린을 버리러 간 '호머'가 절벽에서 이를 버리지만 다시 머리 위로 떨어져 못처럼 땅에 박히는 장면은 슬랩스틱 코미디의 전형을 보여주고 있다. 그러나 상황이 종료된 후 나오는 '호머'의 'If this were a cartoon, the cliff would break off down. (이게 만화라면 절벽이 곧 무너질텐데.)'라는 대사는 메타픽션적 재미를 제시한다. 역시 성인들이 즐길 수 있는 유머의 한 지점이 된다.

이는 심슨 캐릭터에 대한 광범위한 선호도를 해석할 수 있는 하나의 근거가 될 수 있을 것이다. 즉, 하나의 캐릭터를 대하는 향유자들은 여러 층위를 이루고 각각의

층위에서 해석과 반응을 달리 하게 되며, 이것이 병렬적으로 나열될 경우는 웃음과 해석의 깊이는 시간차를 두고 강화되게 된다는 것이다. 이는 하나의 캐릭터 안에서 향유의 층위를 달리하고, 이를 심화시키는 전략이라고도 볼 수 있다.

이와 달리 여러 다양한 주변 인물들을 등장시켜 다양한 성별, 연령, 인종, 계층을 표현하는 것도 같은 의도로 보여진다. 이 전략은 〈심슨 가족〉이 다양한 문화권에서 방영되고, 이 문화적 차이를 극복해내는 것을 보면 더 명확해진다.

올슨에 따르면 문화적 할인에도 불구하고 미국 매체의 상품들이 전 세계 시장에서 크게 성공한 사례들은 텍스트의 내적 요소 때문이라고 말한다[18]. 올슨은 이를 투명 이론으로 정립하는데, 미국 매체의 콘텐츠들은 매우 개방적이고 이로 인해 시청자들로 하여금 다양한 해석이 가능하도록 한다는 것이다. 이 투명한 텍스트를 통해 다양한 문화권의 시청자들이 그들만의 가치, 신화, 서사, 의미 등을 설정할 수 있는 가능성이 생기고, 시청자들은 자신의 출신 계급, 인종에 상관없이 이들에게 친밀감을 갖게 된다.

이 투명 이론은 커뮤니케이션의 방법론을 근간으로 하고 있지만, 이러한 관점에서 본다면 캐릭터의 다양성도 비슷한 의도와 의미를 가진다. 심슨 가족을 제외한 주변 인물들을 살펴보면, 인도, 영국, 호주, 중국 등 다양한 인종이 등장하고 이들의 직업도 상업인, 종교인, 경찰, 교사 등으로 다양하다. 그리고 이들이 주변인물로만 한정되지 않고, 여러 에피소드에서 주인공으로 등장해 서사를 끌고 나간다.

이 다양한 인종과 직업의 주변 캐릭터들은 마이크로코즘으로도 설명된다. 알타삭에 따르면 〈심슨 가족〉은 마치 세계를 축소한 소우주와도 같아서 다양한 방법으로 여러 인종과 문화를 다룰 수 있다고 한다[19]. 이것이 이 콘텐츠가 세계로 뻗어나갈 수 있는 원동력이 된다고 설명한다.

또한 수용미학적 측면에서 접근했을 때, 독자 또는 시청자를 대변하는 많은 비평가들은 이 작품이 가진 확장성과 지역화 전략에 대해 이야기한다. Ferrari 는 이 작품이 해외에서도 성공할 수 있었던 이유를 재맥락화와 현지화 전략이라고 설명한다[20]. 이 콘텐츠를 해외 방

송사에 판매하는 경우, 수많은 각색고와 현지 문화를 반영한 번역, 더빙 연출 등을 선행하고 있으며 이에 대해 방송사와 제작사와의 긴밀한 협의가 진행되었던 사례들을 위의 책에서 제시하고 있다.

이러한 설정으로 인해 시청자는 캐릭터에 대한 문화적 저항이 줄어들고, 친밀감, 호감을 느끼게 된다. 결국 이 역시 타겟의 확장이라는 결과를 가져오게 된다.

III. 결론

〈심슨 가족〉을 통해 가족 애니메이션의 캐릭터의 특징을 살펴보았다. 캐릭터의 분석을 통해 캐릭터성의 전복과 의외성을 확인하였고, 각각 캐릭터의 극중 비중을 통해 일정한 비율의 참여도를 발견하였다. 또한 캐릭터를 향유하는 두 개의 층위를 연령별로 규명하여, 각각의 해석과 웃음 포인트가 다층적으로 이루어지고 있다는 것을 알 수 있었다.

박기수에 따르면 애니메이션은 상품이다. 다양한 예술 장르가 애니메이션에 포함되어 있음에도 불구하고 그것의 생산을 지배하는 것은 철저한 자본의 논리라고 말한다[21]. TV 애니메이션 역시 소비를 늘려 최대의 수익을 창출하기 위해서는 시청자의 욕구와 시청 행태, 콘텐츠에 대한 태도를 반영하여야 한다. 〈심슨 가족〉은 그간 아동을 주요 타겟으로 한 TV 애니메이션의 타겟을 성인으로 확장하였으며, 가족 캐릭터를 효과적으로 활용하여 몰입도를 높이고, 다층적 향유가 가능한 캐릭터를 제시하였다. 이는 결과적으로 작품의 시청률과 흥행에 직결되었고 타문화권에 진출하는 데 있어 문화적 거리를 좁히는 역할까지 했다고 볼 수 있다.

한국 TV 애니메이션의 주제와 타겟에 대한 다양성은 늘 한계를 지니고 있다. 가족 모두가 즐길 수 있는 애니메이션은 어린이날에 극장이나 가야 접할 수 있으며, 콘텐츠의 가치를 확신할 만한 배경이 부재한 현실에서 부모와 아이들은 디즈니나 드림웍스의 작품 출시를 기다릴 수밖에 없다.

위에서 언급한 〈심슨 가족〉의 서사 전략과 캐릭터 전략을 국내 콘텐츠에 그대로 적용할 수는 없겠으나, 국내의 시장과 제작 환경 등을 고려하여 전략적으로 반영할

수는 있겠다. 국내 TV 애니메이션의 주 시청자가 영유아 층인 것을 감안했을 때, 캐릭터 순환을 통해 성별과 연령, 캐릭터들과의 관계를 다양화하여 서사를 확장할 수 있을 것이다. 그러나 기본적으로 국내 TV 애니메이션의 시청자를 확장하기 위해서는 먼저 청소년 및 성인들도 향유할 수 있는 콘텐츠가 필요한 상황이다. 최근 시트콤 장르가 유행하며 시청률을 높게 기록한 점을 감안했을 때, 성인을 타겟으로 한 시트콤 장르의 애니메이션 제작이 가능할 것으로 보이나 그간 TV 애니메이션의 주 타겟층이 아동이었던 시장의 정체적 환경과 TV 매체 자체에 대한 성인의 이용률이 하락하는 현재의 상황을 한계로 지적하고자 한다.

다양한 연령과 성별, 계층을 효과적으로 표현할 수 있는 캐릭터군은 탄력적 서사를 만나 콘텐츠의 가치를 높이고 타겟을 확장하며 구매자와 사용자가 다른 완구와 캐릭터 머천다이즈 시장에서도 긍정적 결과를 도출할 수 있을 것이다. 서사에서 캐릭터가 가지는 중요성을 인지하고, 이를 통한 효율적인 콘텐츠 제작, 마케팅이 이루어져야 할 것이다.

참고 문헌

- [1] 임정희, “심슨가족 애니메이션의 포스트모던 패러디,” *애니메이션연구*, 제1권, 제1호, pp.295-306, 2005.
- [2] 염동철, “〈심슨가족〉의 캐릭터를 통한 관객성 연구,” *만화애니메이션연구*, 제21호, pp.1-17, 2010.
- [3] 최영진, “특집 : 대중문화와 창조성 ; 블루스의 재현성과 유희성 -〈심슨가족〉의 에피소드와 〈쏘울 오브 맨〉을 중심으로,” *안과 밖*, 제28권, pp.90-113, 2010.
- [4] 이영수, “〈스프링필드〉에 나타난 TV애니메이션 〈심슨가족〉의 게임화 전략 연구,” *만화애니메이션연구*, 제39호, pp.85-109, 2015.
- [5] 박윤오, 김재용, “TV시리즈 애니메이션 〈심슨가족〉에 나타난 시트콤의 특성,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제11권, 제3호, pp.157-166, 2011.
- [6] Brian Geoffrey Rose and Robert S. Alley, *TV Genres: A Handbook and Reference Guide*, Greenwood Press, p.115, 1985.
- [7] Vicki Abt and Leonard Mustazza, *Coming after*

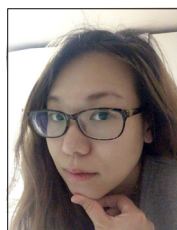
Oprah: Cultural Fallout in the Age of the TV Talk Show, Bowling Green State University Popular Press, p.115, 1997.

- [8] Wiley Lee Umphlett, *From Television to the Internet: Postmodern Visions of American Media Culture in the Twentieth Century*, Fairleigh Dickinson University Press, p.252, 2006.
- [9] 배리 파워, *다이아몬드 파워*, 성우, p.182, 2004.
- [10] Jonathan Gray, Jeffrey P. Jones, and Ethan Thompson, *Satire TV: Politics and Comedy in the Post-Network Era*, NYU Press, 2009.
- [11] 더글라스 러시코프, *카오스의 아이들*, 민음사, p.284, 1997.
- [12] Wiley Lee Umphlett, *From Television to the Internet: Postmodern Visions of American Media Culture in the Twentieth Century*, Fairleigh Dickinson University Press, p.252, 2006.
- [13] 악셀담플러, *부모가 사주고 싶은 것, 아이가 갖고 싶은 것*, 예코리브르, p.81, 2003.
- [14] 토이뉴스, "Total Recall, 오락 브랜드 인지도," 2011(4).
- [15] 더글라스러시코프, *미디어 바이러스*, 황금가지, p.138, 2003.
- [16] 더글라스러시코프, *미디어 바이러스*, 황금가지, p.129, 2003.
- [17] 악셀담플러, *부모가 사주고 싶은 것, 아이가 갖고 싶은 것*, p.213, 예코리브르, 2003.
- [18] Scott Robert Olson, *Hollywood Planet : Global Media and the Competitive Advantage of Narrative Transparency*, Routledge, p.18, 1999.
- [19] Shari Ross Altarsac, *The adaptation of U.S. television programs in foreign markets : how Japan and France put their distinctive spin on "The Simpsons"*, University of California, p.10, 2007.
- [20] Chiara Francesca Ferrari, *Since when Fran Drescher Jewish? Dubbing stereotypes in the Nanny, the Simpsons, and the Sopranos*, University of Texas Press, p.75, 2010.
- [21] 박기수, "〈신세기 에반게리온〉의 서사 특성 연구," 한국언어문화학회, 제19권, p.104, 2001.

저 자 소 개

윤 혜 영(Hye-Yung Yoon)

정회원



- 2003년 2월 : 한양대학교 국어국문학과(문학사)
- 2008년 2월 : 한양대학교 문화콘텐츠학과(예술석사)
- 2015년 2월 : 한양대학교 문화콘텐츠학과 박사 수료

〈관심분야〉 : 스토리텔링, 애니메이션, 문화콘텐츠