

디즈니 마블의 트랜스미디어 스토리텔링 특성 연구

- I. 서론
- II. 트랜스미디어 스토리텔링
- III. 디즈니 마블
- IV. 결론
- 참고문헌
- ABSTRACT

김휘*, 박성호

초 록

디지털 미디어의 발전에 따라 이미지의 변화가 2D에서 3D로 발전해 왔다. 1930년대 말 미국이 경제 위기를 극복하고 2차 세계대전을 맞이할 시기에 사람들은 현실도피를 위해 히어로가 필요했다. DC(Detective Comics)에서는 이미 슈퍼맨(Super Man), 배트맨(Bat Man)을 위주로 슈퍼 히어로 시리즈를 제작하여 슈퍼 히어로 만화가 유행하기 시작하였다. 마틴 굿맨(Martin Goodman)이 1939년에 창립한 타임리 코믹스(Timely Comics)도 같은 해 10월 1일에 시대 만화에서 첫 번째 만화 '마블'코믹스(Marvel Comics)를 출판하였다. 이 시점으로부터 마블은 만화산업을 위주로 발전해 왔다. 하지만 시대의 발전과 미디어의 변화 속에서 마블은 만화 중심의 발전 체계로부터 대담하게 할리우드 영화의 영향력을 파악하고 만화시장으로부터 영화시장으로 전향하게 된다. 특히 트랜스미디어 스토리텔링전략은 마블이 디즈니와 합병 후 제작한 영화 <어벤져스> 시리즈에서 잘 반영되었다.

본 논문에서는 마블의 히어로물 만화가 합병 전 만화산업을 위주로 발전해 왔던 시기와 디즈니와 합병 후 영화산업을 위주로 한 시기를 비교해 보았을 때 어떠한 변화와 발전을 가져왔는지, 그리고 이러한 변화를 가져오게 된 원인을 연구하는데 목적을 둔다.

주제어 : 트랜스미디어, 스토리텔링, 마블, 디즈니 마블

I. 서론

1. 연구문제 및 방법

1939년에 타임리 코믹스(Timely Comics)¹⁾가 창립되면서 마블²⁾은 정식으로 만화를 발간하기 시작하였고 히어로 만화로 대중 물이를 하면서 성공한 만화출판회사로 성장해 나갔다. 그리고 히어로 만화를 위주로 제작하였고 이로 인해 수많은 히어로 캐릭터가 탄생하면서 다량의 IP(Intellectual Property)³⁾를 소유하게 되었다. 하지만 1954년 2차 세계대전 끝난 후 만화 유헌론과 경제 위기를 맞이하면서 내리막길을 걷게 되었고 IP 운영에 실패하면서 파산의 위기를 맞이하게 된다. 그 후 계속 판권 수출로 생계를 유지하다가 만화를 위주로 하던 전략으로부터 과감히 영화 제작에 투입하였다. 그 후 새로운 영화 장르를 개척하면서 다량의 IP가 필요했던 디즈니와 합병했다. 경제적인 부담과 배급사

* 본 논문은 저자 (김휘, 호서대학교 영상예술학과 석사학위논문, 2018)의 연구 내용 일부를 요약, 수정 게재하였음.

- 1) 타임리 코믹스(Timely Comics)는 1961년에 마블 코믹스(Marvel Comics)로 개명. 본사 위치는 미국 뉴욕 주 뉴욕 시 5번가 417번지. 메인 캐릭터들은 캡틴 아메리카, 토르, 스파이더맨, 엑스맨, 판타스틱 포, 헐크, 아이언 맨, 닥 퓨리, 닥터 스트레인지, 호크아이, 블레이드, 피니셔, 데어데블, 타노스, 블랙 팬서, 고스트 라이더, 앤트맨, 가디언즈 오브 갤럭시 등으로 잘 알려져 있다. 대부분의 마블 코믹스의 캐릭터들은 '마블 유니버스'라는 하나의 세계관 속의 거주자로서 이야기가 진행되고 있다.
- 2) 마블(Marvel), 마블 코믹스(Marvel Comics), 마블 스튜디오(Marvel Studio) 등을 포함한 마블 엔터테인먼트의 총칭.
- 3) IP(Intellectual Property)는 '지적 재산권', '지적 소유권'이라고도 한다. 지적 소유권에 관한 문제를 담당하는 국제연합의 전문기구인 '세계 지적 재산권 기구(WIPO)'는 이를 구체적으로 "문학, 예술 및 과학 작품, 연출, 예술가의 공연·음반 및 방송, 발명, 과학적 발견, 공업의장·등록 상표·상호 등에 대한 보호 권리와 공업·과학·문학 또는 예술분야의 지적 활동에서 발생하는 기타 모든 권리를 포함한다"고 정의하고 있다. <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1144401&cid=40942&categoryId=31714/> 지식재산권, 두산백과.

부담이 사라진 후 마블은 히어로 캐릭터들의 세계관을 통일하면서 ‘마블 시네마틱 유니버스(Marvel Cinematic Universe, MCU)’⁴⁾를 탄생시켰고 이것을 기반으로 히어로 영화를 확장하기 시작하였다.

미디어 융합시대에 들어서 미국의 디즈니 마블에서는 주인공이 슈퍼히어로인 영화를 제작하기 시작하였다. 하나의 평행우주 세계관을 이루고 있고 동일한 스토리를 배경으로 제작된 영화, TV드라마, 게임, 만화 등은 서로 다른 매체를 이용해 트랜스미디어 형식으로 다양한 미디어 플랫폼에서 작품들을 제작 해내고 있다. 2008년에 <아이언 맨>을 시작으로 마블 스튜디오에서는 12부의 작품을 제작하였고 85억 달러의 수익을 거두었다. 그 중 <어벤저스: 에이지 오브 울트론(The Avengers: Age of Ultron)>(2015)은 중국에서만 14억 위안(약 2359억 원)의 수익을 거두었다. 1939년 마블의 첫 만화 <모션 픽처즈 퍼니스 위크리(Motion Pictures Funnies Weekly)>의 출판 이래 마블의 슈퍼히어로 만화는 미국에서 70년의 세월을 거쳐 자신만의 슈퍼히어로 문화를 형성하였으며, 점차적으로 슈퍼히어로 캐릭터를 핵심으로 한 산업구조를 이루었다. 아이언맨, 토르, 캡틴 아메리카 등 서로 다른 만화작품, 영화작품과 TV 드라마에 출현했던 캐릭터들이 영화 <어벤저스>에서는 집단형식으로 나왔다. 이처럼 각각의 캐릭터가 전체 스토리에 기여를 하는 서사방식을 헨리 젠킨스(Henry Jenkins)는 ‘트랜스미디어 스토리텔링’이라고 하였다.

4) 마블 시네마틱 유니버스(Marvel Cinematic Universe)는 마블 코믹스의 만화 작품에 기반하여, 마블 스튜디오가 제작하는 슈퍼히어로 영화를 중심으로 드라마, 만화, 기타 단편 작품을 공유하는 가상 세계관이자 미디어 프랜차이즈다. 마블 유니버스와 마찬가지로 마블 시네마틱 유니버스는 플롯, 설정, 캐스팅, 캐릭터를 공유하며, 각 작품마다 다음 작품에 대한 복선 또는 지난 작품과의 연관성이 깔려 있다. 또, 모든 영화의 엔딩 크레딧 끝에는 크레딧 쿠키가 삽입되어있다. 마블 코믹스가 원작인 다른 영화와 마찬가지로 스탠 리가 카메오로 등장한다.

https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%A7%88%EB%B8%94_%EC%8B%9C%EB%84%A4%EB%A7%88%ED%8B%B1_%EC%9C%A0%EB%8B%88%EB%B2%84%EC%8A%A4, 위키백과.

이러한 서사방식의 응용은 마블이 디즈니와 합병 후 본격적으로 시작되었다. 때문에 이런 서사방식이 가져다준 원인을 분석하기 위해서 먼저 트랜스미디어 스토리텔링의 개념과 특징을 알아본다. 그리고 디즈니와 합병 전 마블이 만화를 핵심 산업으로 발전해왔을 때의 역사를 파악하고, 디즈니와 합병 후 만화산업으로부터 영화산업으로 전향한 후의 변화를 비교 분석한다. 분석한 결과를 통해 디즈니 마블의 트랜스미디어 스토리텔링 특성을 연구한다.

II. 트랜스 미디어와 스토리텔링

1. 트랜스 미디어 스토리텔링 개념

트랜스(Trans-)는 ‘전이’, ‘전환’, ‘횡단’이라는 사전적 의미와 더불어 최근에는 컨버전스 혹은 융합의 결합하여 단순하게 여러 영역의 결합을 의미하기보다는 ‘전이’ 로써 그 성격과 내용이 ‘바뀐다’ 는 의미가 있다. 또한, 접두어 ‘trans-’ 에는 인문학적 함의가 담겨 있는데, 전이(transcend), 초월(trespass), 위반(transgress) 등과 같이 초월과 경계의 차원에서 트랜스의 개념이 있다.⁵⁾

트랜스미디어라는 용어를 최초로 사용한 이는 문화 연구가 마샤 킨더(Marsha Kinder)이다. 그는 1991년 한 작품의 캐릭터가 여러 플랫폼에 걸쳐 나타나는 현상, 미디어 프랜차이즈(Media franchise)를 서술하기 위해 “트랜스미디어 상호텍스트성(Transmedia Intertextuality)” 이라는 용어를 사용한바 있다.⁶⁾

헨리 젠킨스는 트랜스미디어 스토리텔링이라는 개념을 대중

5) 조윤경(2010), 「접두어 Trans-의 인문학적 함의」, 『탈경계 인문학 제3권 제3호(제7집)』, p7-9.

6) Andrea Philips, A Creators Guide to Transmedia Storutelling, McGraw-Hill Professional, 2012, p.14.

적으로 확산시키고 일반화시킨 대표적인 연구자로서 저서 『컨버전스 컬처』에서 트랜스미디어 스토리텔링은 첫째트랜스미디어 플랫폼을 통해 공개되어야 하며, 둘째, 각각의 새로운 텍스트가 전체 스토리에 분명하고도 가치 있는 기여를 해야 하고, 셋째, 각각의 미디어는 자기 충족적이어야 한다. 넷째, 어떤 상품이든 지 전체 프랜차이즈로의 입구가 될 수 있어야 한다. 트랜스미디어의 부분으로서 각 매체별 콘텐츠가 자기 충족적으로 충분히 즐길 만한 완성도를 가져야 한다는 것은 상당히 엄격한 제약 조건이다.⁷⁾고 정의 하였다.

이에 트랜스미디어 작가이자 게임 디자이너인 안드레아 필립스는 보다 폭 넓은 정의를 시도하면서 트랜스미디어 스토리텔링의 요건을 다매체, 단일하고 통일된 스토리와 사용자경험, 매체간 불필요한 반복 방지의 세 가지로 요약한다.⁸⁾ 이중에서 “매체간 불필요한 반복 방지”는 트랜스미디어 스토리텔링을 이른바 원 소스 멀티 유즈(OSMU)와 구분하는 중요한 특성이다.

2. 트랜스미디어 스토리텔링 특징

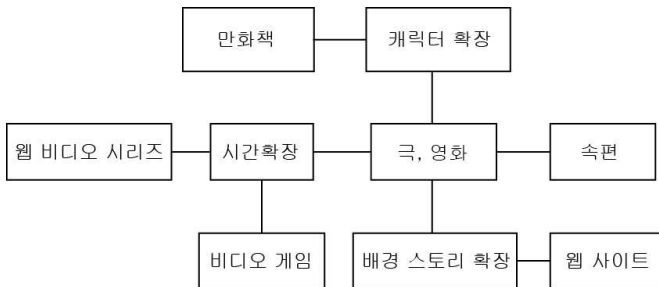


그림1. 다중 플랫폼을 통해 개별 경험들의 집합체 형성⁹⁾

7) 류철균,한혜원 외지음, 단행본 『트랜스미디어 스토리텔링의 이해』, 2014, p34-35.

8) Andre Phillips, A Creator’s Guide to Transmedia Storytelling, McGraw-Hill Professional, 2012, p15.

9)트랜스미디어스토리텔링<http://terms.naver.com/imageDetail.nhn?docId=1624954&imageUrl=http%3A%2F%2Fdbcsctthumb.phinf.naver.net%2F21>

트랜스 미디어는 하나의 미디어로 담아낼 수 없는 추상적이고 통합적인 의미를 각기 다른 미디어에 담아내는 것이며 이는 미디어의 특성에 따라 내용이 왜곡, 변형시키는 개념이 아니고 하나의 공통된 관심사에 대해 다각도의 시각으로 바라보고, 다양한 미디어에 의미를 담아내는 것이다. 이처럼 트랜스미디어 스토리는 여러 미디어 플랫폼에서 전개되는 바, 여기서 각각의 텍스트는 전체 스토리에 서로 구별되는 독특하고 가치 있는 기여를 하게 된다. 트랜스미디어 스토리텔링의 이상적인 형식은 각각의 미디어가 최선의 그 무엇을 하게 되는 경우다. 영화에 처음 도입된 하나의 이야기는 텔레비전, 소설, 만화 등의 미디어를 통해 확장되어 나간다. 각 프랜차이즈 엔트리는 자족적(self-contained)이어야 하며, 그럴 경우, 게임을 즐기기 위해 영화를 볼 필요가 없게 된다. 그 이해로는 위의 <그림1>과 같다.

트랜스미디어 스토리텔링은 그 자체로 융합이다. 미디어는 기술이며 스토리텔링은 그야말로 감성이 담겨있는 것이다. 인문학과 공학, 인문학과 사회학은 지난 백 년간 의도적으로 서로를 멀리했었지만 융합에 초점이 맞춰지고 있다. 트랜스미디어 스토리텔링도 그러한 현상 중에 하나이다. ‘트랜스미디어’라는 말에는 중심이 없다. 트랜스미디어 스토리텔링이 말하는 융합은 흰색과 검은색을 더하여 하나의 회색을 만들고자 함이 아니다. 오히려 흰색과 검은색이 다양하게 공존하는 장 안에서 누군가는 흰색을, 누군가는 검은색을, 또 누군가는 그 둘 사이의 회색을 발견하도록 유도하는 것이 궁극적 목표이다. 트랜스미디어 스토리텔링은 이들을 하나로 동화시키는 것이 아니라, 미디어별 전략과 장르별 관습을 고수하는 가운데, 이들을 전 방위적으로 활용하는 통합적 장을 지향한다. 이처럼 형식적으로 다양한 미디어가 경계를 넘나드는 과정에서, 사용자들은 자연스럽게 내용적으로도 현실과 허구, 실재와 가상, 기술과 예술에 대한 경계를 넘나들게

57_000_1%2F20121029221229041_SCYSEE7CJ.jpg%2Fm20_20_i1.jpg%3Ftype%3Dm4500_4500_fst%26wm%3DN&cid=42171&categoryId=42178, 디지털 문화.

된다.¹⁰⁾

미디어 학자 헨리 젠킨스는 트랜스미디어 스토리텔링 특성을 『컨버전스 컬처』에서 아래와 같이 5가지로 정리하였다.¹¹⁾

첫째 트랜스미디어 스토리텔링은 이른바 멀티플랫폼(multiplatforming) 현상이다. 멀티플랫폼은 콘텐츠나 미디어 이용자가 동시적으로 또는 비동시적으로 여러 플랫폼을 넘나드는 과정을 말하는데(이재현, 2006), 스토리텔링은 콘텐츠의 멀티플랫폼에 해당한다. 콘텐츠 멀티플랫폼을 트랜스미디어 현상과 크로스미디어 현상으로 구별할 경우, 트랜스미디어 스토리텔링은 각기 다른 '스토리'가 유통된다는 점에서 동일한 콘텐츠가 여러 플랫폼에 걸쳐 유통되는, 이른바 '크로스미디어(cross-media)' 현상과 구별된다. 이와 같이 컨버전스가 진전되는 상황에서 콘텐츠는 하나의 박스를 통해 전달되기보다는 다양한 플랫폼에 걸쳐 전달되는 '분화(divergence)' 현상을 보인다는 점에서 특기할 만하다(Jenkins, 2001).

둘째, 트랜스미디어 스토리텔링은 여러 플랫폼에 걸쳐 전달되는 개별적인 '스토리들'이 모여 하나의 '내러티브 세계(narrative universe)'를 구성한다. 트랜스미디어 스토리들의 유형에 따라 개별 스토리들의 연결 내지 간극의 정도는 다르지만, 메인 스토리에 부가되는 별개의 스토리들도 전체 '스토리'를 구성하는 데 중대한 기여를 한다. 이런 점에서 트랜스미디어 스토리텔링은 하나의 이야기가 여러 플랫폼에 전달되는 크로스미디어 브랜딩(cross-media branding), 즉 플랫폼 확장(extensions)과 구별된다. 트랜스미디어 스토리텔링은 각각의 미디어특성(medium specificity)을 고려하는 일종의 각색(adaptations)이다(Smith, 2009).

셋째, 트랜스미디어 스토리텔링 현상은 경험(experience)이다. 즉, 이것은 단순히 콘텐츠 제공자의 행위에 국한하는 것이

10) 류철근 외 12인(2015), 『트랜스미디어 스토리텔링 이해』, 이화여자대학교출판부, pp.21-22.

11) 헨리 젠킨스, 『컨버전스 컬처』, 2006. pp. 95-96.

아니라 수용자의 해석과 경험까지 포괄하는 과정이다. 위 그림에서 보듯, 여러 플랫폼에서 개별 스토리를 접하는 수용자는 통합적인 내러티브 경험을 하게 된다. 개별 플랫폼들을 넘어서 그 무엇이 만들어진다는 의미의 '트랜스-'는 콘텐츠 공급자 차원에서 이루어지는 것이 아니라 그런 콘텐츠를 경험하는 수용자 차원에서 이루어지는 것이다. 물론 다중 적으로 제공되는 경험의 접점, 즉 다중 진입점(multiple entry points) 모두를 개별 수용자가 갖지 않을 수도 있지만, 콘텐츠 제공자는 콘텐츠의 '홍행'을 위해 내러티브 간극이라는 장치를 활용해 좀 더 많은 진입점에 접하도록 유도한다.

넷째, 트랜스미디어 스토리텔링은 상업주의적 팬덤(commercial fandom) 현상이다. 일반적으로 팬덤은 스타나 문화적 콘텐츠를 매개로 공통의 관심과 감성을 갖는 팬들이 형성하는 하위문화 현상이라고 할 수 있는데, 트랜스미디어 스토리텔링은 전형적으로 팬덤의 대상이 되고 있다. 과거 〈스타트랙〉과 같은 텔레비전 시리즈물이나 할리우드 영화에서 보듯 하나의 플랫폼에만 전달되는 콘텐츠도 팬덤 현상을 불러오기는 했지만, 여러 플랫폼에 걸쳐 다양한 수용자 집단을 지향하는 트랜스미디어 스토리텔링은 다양한 접점을 마련해 준다는 점에서 단일 플랫폼의 콘텐츠에 비해 팬덤 현상을 불러일으키는 데 더 유리하다.

다섯째 트랜스미디어 스토리텔링은 참여 문화(participatory culture)를 진작시킬 가능성이 있다고 주장하였다(Jenkins, 2006). 하나의 메인 '스토리'를 중심으로 다수의 개별 스토리들이 만들어지는 것은 단순히 콘텐츠 제공자에 국한하지 않는다. 수용자들도 메인 스토리나 개별적인 각색 스토리를 계기로 이런 내용을 패러디(parodies)해서 '작은' 이야기들을 만들어내기도 한다. 이것은 저렴하고 이용하기 편리한 디지털 장비들 덕분인데, 수용자들은 이런 활동을 통해 또 다른 '제작자', 즉 생산소비자(prosumer)로 전환될 수 있다. 젠킨스는 이를 일종의 민속문화(folk culture)의 부활로 간주한다. 그러나 이런 수용자의 반응과 행동이 결국에는 콘텐츠 제공자의 이익에 부합하는 것일

수도 있다는 점에서 긍정적으로만 평가할 수는 없을 것이다. 레프 마노비치(Lev Manovich, 2008)는 이용자들이 생산하는 콘텐츠, 즉 UGC(user-generated contents)가 상업주의 전략에 활용되고 있다며, 이런 현상을 비판적으로 보고 있다. 그러나 이런 평가가 있기는 해도 트랜스미디어 스토리텔링은 컨버전스의 한 현상, 즉 "텍스트 컨버전스"(Bolin, 2007)로 지속적인 확대를 보일 것으로 전망된다.¹²⁾고 정의하였다.

Ⅲ. 디즈니 마블

1. 마블 운영 전략

1939년 마블의 첫 만화 <모션 픽처 퍼니스 위클리>(Motion Pictures Funnies Weekly)의 출판 이래 마블의 슈퍼 히어로 만화는 미국에서 70년의 세월을 거쳐 자신만의 슈퍼 히어로 문화를 형성하였으며 많은 캐릭터를 소유하게 되었다. 그러면서 점차적으로 만화를 핵심으로 한 산업구조를 이루었다. 하지만 그 성장과정은 순탄치만은 않았다. 만화 출판의 전성기도 있었지만 운영과 발전정책의 불찰로 파산의 위기도 맞이하였다. 그 과정을 <도표1>을 통해 알아보면 아래와 같다.

| 년도 | 역사 |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1930년대 | 1934년에 마틴 굿맨(Martin Goodman)이 창립한 소설 출판사 레드 서클(Red Circle)이 마블의 시작을 알렸다. |
| 1940년대 | 1941년에 조 시몬(Joe Simon)과 잭 커비(Jack Kirby)가 마블의 간판 히어로인 캡틴 아메리카를 제작해냈다. 1941년 스탠 리(Stan Lee)가 마블에 들어오게 됐다. |
| 1950년대 | 1954년에 2차 세계대전이 끝난 후 만화 유희론이 돌면서 많은 만화 회사가 문을 닫게 된다. |

12) 헨리 젠킨스(Henry Jenkins), 단행본 『Convergence Culture』, 2006, p95-96.

| | |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1960년대 | 1961년에 스탠 리와 잭 커비는 새로운 히어로 집단인 판타스틱 포(Fantastic 4)를 제작 하였다. |
| | 1962년 5월에 헐크(Hulk) 탄생 |
| | 1962년 8월 스파이더 맨(Spiderman) 탄생 |
| | 1964년 스탠 리와 잭 커비는 슈퍼 히어로 집단인 <어벤저스> 제작하였다. |
| | 1964년에 또 하나의 팀인 <X-Men>이 탄생하였다. |
| 1970년대 | 1968년에 마블은 평생 라이벌 상대였던 DC(DC)를 따라잡아 만화계의 양대 산맥으로 우뚝 솟았다. |
| | 1974년 마블에서는 또 하나의 다른 히어로들과 차별된 신비한 캐릭터 울버린(Wolverine)을 제작하였다. |
| 1980년대 | 1978년에 스탠 리가 사퇴하고 새로운 인물 짐 슈터(Jim Shooter)가 편집장직을 맡게 된다. |
| | 1980년대 초기에 미국의 만화시장은 큰 변화를 가져왔다. 성인독자들이 주류로 되면서 만화 수출 방식은 신문 가두 판매점으로부터 전문 만화점이 생겨 직접 판매하는 방식으로 변화되었고 만화 내용은 더욱 어둡고 성숙해졌다. |
| | 1980년에 마블은 자기의 영화 회사 마블 프로덕션(Marvel Productions)을 설립하였고 주요하게 애니메이션 작품을 출판하였다. |
| 1990년대 | 1986년에 마블이 다시 위기에 처했을 때 당시 억만장자였던 론 페릴먼(Ron Perelman)이 운영하고 있던 뉴 월드 픽처스(New World Pictures)에 인수됐다. |
| | 1991년에 론 페릴먼의 능숙한 운영 하에 마블은 정식으로 상장기업으로 되었다. 그 후 마블은 대대적으로 확장하였으며 더욱 많은 유니버스 시리즈 만화를 내놓았고 다른 회사들을 대대로 인수하였다. 그 중에는 토이 회사, 카드 제작 회사, 만화 수출 회사 등이 있었는데 이로 인해 어마어마한 채무와 빚을 지게 되었다. |
| | 1991년에 짐 리(Jim Lee)와 토드 맥팔레인(Todd McFarlane)은 마블을 떠나 스스로 회사를 차렸는데 그때 설립한 회사는 나중에 제3대 만화회사인 이미지 코믹스(Image Comics)였다. |
| | 1993년에 마블은 마블 필름(Marvel Films)을 설립하였다. |
| | 1993년에 론 페릴먼은 판권 수출에만 관심 있었고 영화를 제작하는 데는 관심이 없었기에 엑스맨 저작권을 20세기 폭스(20th Century Fox Film Corporation)에게, 스파이더 맨 저작권은 소니(Sony)에게 판매하게 되었다. |
| | 1996년에 또 다른 위기에 처한 마블은 경쟁 상대인 DC와 |

| | |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | <p>손잡고 아말감 코믹스(Amalgam Comics)를 제작하였다.</p> <p>1997년에 아비 아라드(Avi Arad)가 마블의 CEO가 되면서 마블의 8년의 발전기(1997-2005)에 들어서게 된다.</p> |
| 2000년대 | <p>2001년에 마블은 CAA에서 탈퇴하고 자신만의 등급 제도를 실행하였다.</p> |
| | <p>2002년에 소니의 스파이더맨은 만화를 실사판 영화로 제작하는 길을 열었다.</p> |
| | <p>2004년부터 마블은 본격적으로 영화에 투자하기로 계획하였다.</p> |
| | <p>2005년에 아이크 펄머터(Ike Perlmutter)가 CEO 자리에 오르면서 다시 IP를 회수하는 작업을 시작하였고 마블의 또 하나의 전성기를 맞이하게 된다.</p> |
| | <p>2008년에 마블은 4명의 캐릭터 저작권을 담보로 영화 <아이언 맨>을 스크린에 담을 수 있게 되었다.</p> |
| | <p>2009년 12월 31일에 디즈니는 42.4억 달러의 가격으로 마블 엔터테인먼트를 인수하였고 그 결과로 5000여명의 캐릭터 저작권을 소유하게 되었다.</p> |

표 1. 마블의 역사¹⁴⁾

도표1을 통해 마블의 운영 전략을 간단히 알아보았다. 마블이 디즈니와 합병하기 전 배경을 요약해보면 마블은 처음에는 만화를 제작하고 출판하는 회사였다. 그리고 주요 제작 부류는 히어로 만화였는데 그 시작은 1941년 캡틴 아메리카의 탄생부터였다. 그러면서 꾸준히 다수의 히어로 들을 제작하여 나중에는 대량의 지적재산권(IP)를 소유하고 있는 회사로 성장하였다. 하지만 IP의 운영에 익숙하지 않은 마블은 경제위기와 더불어 많은 IP를 제3회사에 수출하면서 생계를 유지하였다. 그 결과 나중에 IP를 회수하는데 많은 어려움을 겪었다. 그리고 1997년부터 전에 수출했던 IP를 다시 회수하기 시작하였고 마블에서 영화 파트를 맡고 있던 부문을 정식으로 기업으로 전향하기 시작 하였다. 이

13) 13) DC(Detective Comics)는 미국 뉴욕에 위치한 워너 브라더스 엔터테인먼트 자회사, 만화출판회사. 1934년에 창립, 1938년 6월 『액션 만화』 간행물에서 세계 최초의 슈퍼히어로 <슈퍼맨> 제작 발행.

14) 바이두백과, <https://baike.baidu.com/item/%E6%BC%AB%E5%A8%81/1552730?fr=aladdin>, 2017.11.30.

시점은 디즈니와 합병 후 마블이 히어로물 영화 시리즈로 트랜스미디어 스토리텔링 전략을 운영할 수 있는 기반이 되었다. 2008년에 마블은 제작자금의 부족한 상황에서 IP를 담보로 스스로 제작한 <아이언 맨>을 스크린에 올리는데 성공하였다. 영화<아이언 맨>의 성공으로 마블의 영화제작 능력과 가지고 있는 IP의 가치를 할리우드 영화 제작회사들에게 인정받았으며 디즈니가 마블과 합병하게 된 계기가 되었다.

2. 디즈니 마블의 확장성

디즈니와 합병 후 마블은 소유하고 있는 콘텐츠로 만화를 영화화하기 시작하였다. 영화 <아이언 맨>부터 <헐크>, <토르1>, <캡틴 아메리카1>의 제작까지 디즈니 마블에서 이미 <어벤져스>를 제작하기 위한 캐릭터 전의 단계를 완성했다. 이미 히어로마다 만화 원작이 있었고 영화화 하면서 각자 히어로들은 독립적인 사건과 이야기를 가지고 있었다.

이처럼 매개 개체가 전체 스토리에 기여를 하는 서사방식을 헨리 젠킨스(Henry · Jenkins)는 트랜스미디어 스토리텔링이라고 한 바와 같이 여러 히어로 캐릭터들이 서로 상호작용을 하려면 우선 같은 시간과 장소가 필요하다, 하지만 각각의 히어로가 탄생한 시간과 장소, 그리고 시대적 배경이 서로 다르기 때문에, 결과적으로 평행우주에 같이 활동하고 있는 시간과 장소가 필요했다. 이러한 캐릭터 전이를 이루기 위해 마블은 마블 시네마틱 유니버스 계획을 세워 평행우주 세계(관)와 같이 캐릭터들의 활동 범위가 동일한 시간과 장소가 필요했다.

이영수(2014)는 「멀티버스에 기반한 마블코믹스의 트랜스미디어 스토리텔링 연구」에서 마블 코믹스는 멀티버스(평행우주) 세계관을 도입하고 있는데, 마블 코믹스의 메인 세계관은 Earth-616, 그리고 마블 시네마틱 유니버스(Marvel Cinematic Universe, MCU) 영화 속의 세계관은Earth-199999. 이런 식으로 수많은 넘버의 유니버스가 존재하고 있고, 그들 각각이 독립적인

세계를 형성하고 있으며, 동시에 같은 세계관을 공유하고 있다. 따라서 마블 코믹스와 영화 속의 캐릭터는 필연적으로 다를 수밖에 없다.¹⁵⁾고 정리 하였다. 이러한 면에서 마블의 주도면밀한 계획은 트랜스미디어 스토리텔링을 할 수 있는 기반을 만들어 주었다. <어벤져스>뿐만 아니라 그 후에 나올 히어로와 전체 이야기 흐름은 표2 마블 시네마틱 유니버스 계획에서 확인 할 수 있다.

| 마블 시네마틱 유니버스 | | |
|---------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|
| 단계 | 영화 | 시간 |
| 제1단계 | <아이언 맨 1> <철크> | 2008 |
| | <아이언 맨 2> <토르 1> | |
| | <캡틴 아메리카 1> <어벤져스 1> | 2011 |
| | <아이언 맨 3> <토르 2> | |
| | 제2단계 | <캡틴 아메리카 2> <가디언즈 오브 갤럭시 1> |
| <어벤져스 2> <앤트 맨> | | |
| <캡틴 아메리카 3> <닥터 스트레인지> | | 2014 |
| <가디언즈 오브 갤럭시 2> <스파이더맨: 홈커밍> | | |
| 제3단계 | <토르 3> <블랙 팬서> | 2015 |
| | <어벤져스 3> | |
| | <캡틴 아메리카 3> <닥터 스트레인지> | 2016 |
| | <가디언즈 오브 갤럭시 2> <스파이더맨: 홈커밍> | |
| | <토르 3> <블랙 팬서> | 2017 |
| | <어벤져스 3> | |
| | <캡틴 아메리카 3> <닥터 스트레인지> | |
| <가디언즈 오브 갤럭시 2> <스파이더맨: 홈커밍> | | |
| <토르 3> <블랙 팬서> | 2018 | |
| <어벤져스 3> | | |
| <캡틴 아메리카 3> <닥터 스트레인지> | | |

표 2. 디즈니 마블 시네마틱 유니버스 계획¹⁶⁾

15) 이영수(2014), 「멀티버스에 기반한 마블코믹스의 트랜스미디어 스토리텔링 연구」, 『애니메이션연구 Vol.10 No.4』, p135.

16) 바이두백과, <https://baike.baidu.com/item/%E6%BC%AB%E5%A8%81/1552730?fr=aladdin>, 2017.11.30.

마블은 <어벤저스>를 방영하기 전 이미 3단계의 마블 시네마틱 유니버스를 계획하고 있었다. 관객들이 어벤저스를 보기 전에 알아야 할 캐릭터 그리고 어벤저스 본 이후에 나올 새로운 스토리의 방향과 캐릭터 등은 관객들이 시리즈에 대한 기대감을 높여주었으며 처음에 서로 독립적으로 나왔던 히어로들이 어떻게 한 영화에서 융합하여 완성된 결과를 이룰 것인가에 대해 호기심을 자아내게 하였다. 왜냐하면 <어벤저스> 전에 <캡틴 아메리카>, <아이언 맨>, <헐크>, <토르>가 이미 방영 되었고 네트워크에서는 <어벤저스> 대한 기대가 영화가 상영하기 전부터 점차 쌓여 갔으며 <어벤저스>가 그 기대를 만족시켜 주었다.

| | |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1998-2007 | <p>블레이드 3연작: 1998 <블레이드(Blade)>, 2002년 <블레이드 2(Blade II)>, 2004년 <블레이드 3(Blade: Trinity)></p> <p>엑스맨 3연작: 2000년 <엑스맨(X-Men)>, 2003년 <엑스맨 2>, 2006년<엑스맨: 최후의 전쟁(X-Men: The Last Stand)></p> <p>스파이더맨 3연작: 2000년 <스파이더맨(Spider-Man)>, 2004년 <스파이더 맨 2(Spider-Man 2)>, 2007년 <스파이더맨 3 (Spider-Man 3)></p> <p>2005년 <판타스틱 4(Fantastic Four)>, 2007년 <판타스틱 4: 실버 서퍼의 위협(Fantastic Four: Rise of the Silver Surfer)></p> <p>그 외 2003년 <데어 데블 (Daredevil)>, <헐크(Hulk)>, 2004년 <퍼니셔(The Punisher)>, 2005년, <일렉트라(Elektra)>, 2007년 <고스트 라이더(Ghost Rider)></p> |
| 2009-2014 (20세기 폭스, 콜럼비아 픽처스) | <p>2009년 엑스맨 탄생: 울버린(X-Men Origins: Wolverine)</p> <p>2011년 엑스맨: 퍼스트 클래스(X-Men: First Class)</p> <p>2013년 더 울버린(The Wolverine)</p> |
| 2008-2012 | <p>2008년 아이언맨(Iron Man), 인크레더블 헐크(The Incredible Hulk), 2010년 아이언맨 2(Iron Man 2), 2011년 토르: 천둥의 신(Thor), 퍼스트 어벤저(Captain America: The First Avenger), 2012년 어벤저스(The Avengers)</p> |

| | |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2013-2015 | 2013년 아이언맨 3(Iron Man 3), 토르: 다크 월드(Thor: The Dark World), 2014년 캡틴 아메리카: 윈터 솔저(Captain America: The Winter Soldier), 가디언즈 오브 더 갤럭시(Guardians of the Galaxy), 2013년 드라마 에이전트 오브 쉴.드. 시즌1(Agents of S.H.I.E.L.D.), 2014년 시즌 2 |
| 2016-2019 | 캡틴 아메리카: 시빌 워(Captain America: Civil War), 닥터 스트레인지(Doctor Strange), 가디언즈 오브 갤럭시 2(Guardians of the Galaxy Vol. 2), 스파이더맨: 홈커밍(Spider-Man: Homecoming), 토르: 라그나로크(Thor: Ragnarok), 블랙 팬서(Black Panther), 어벤져스: 인피니티 워(Avengers: Infinity War), 앤트맨 앤 와스프(Ant-Man and the Wasp, <캡틴 마블>(2019), <어벤져스4>(2019) |

표 3. 마블의 영화화된 콘텐츠¹⁷⁾

<어벤져스> 시리즈뿐만 아니라 마블은 1998년부터 히어로 콘텐츠를 영화화하였다. 하지만 그 초창기에는 스스로 영화를 제작할 수 있는 능력을 겸비하지 못했기 때문에 히어로 IP를 기타 영화제작사에 수출 하는 형식으로 제작에 참여 하였다. 하지만 판권만 수출하였기에 제작한 영화가 크게 성공해도 많은 수익을 거두진 못했다. 때문에 마블은 자신이 소유하고 있는 히어로 콘텐츠를 영화화할만한 기획이 필요했다. 이러한 기획단계를 실행 단계로 옮기는데 성공하기까지는 디즈니와 합병 후부터이다. 어떠한 히어로 콘텐츠 들이 영화화 되었는지는 표3을 통해서 알 수 있다. 이 표를 통해 마블이 히어로 콘텐츠 제작 방향과 마블의 메인 스토리 발전 방향을 알 수 있으며 관객들도 향후 새로 나올 히어로를 서로 예측하고 토론하는 재미를 즐길 수 있다.

3. 마블과 디즈니가 합병한 이후의 변화

17) 이영수(2014), 「멀티버스에 기반한 마블코믹스의 트랜스미디어 스트리텔링 연구」, 『애니메이션연구 Vol.10 No.4』, 재구성

디즈니와 합병 전 마블은의 역사는 1939년 정식으로 만화를 발간하기 시작했다. 이후 2차 세계대전의 영향으로 히어로 만화로 대중몰이를 하면서 히어로만화 중심의 제작사가 되었다. 하지만 1954년 2차 세계대전 끝난 후 만화 유희론과 경제 위기를 맞이하면서 내리막길을 걷게 되었고 IP운영에 실패 하면서 파산의 위기를 맞이하게 된다. 그 후 계속 판권 수출로 생계를 유지하다가 더는 만화로만 발전하는 한계를 느꼈다. 마침 90년대는 영화의 전성기였으며 영화수입이 대대로 성장할 시기였기에 만화를 위주로 제작하던 전략으로부터 과감히 영화 제작에 투입 하였다. 그리고 그당시 공주 시리즈를 위주로 제작했던 디즈니는 타겟 층을 여자아이들로만 기울어져있는 현상을 극복하기 위해 새로운 영화 장르를 찾고 있었다. 그 결과 대중들도 쉽게 받아들이고 특히 남자아이들뿐만 아니라 일반 성인들도 좋아할만한 장르가 슈퍼히어로 장르라는 판단을 내렸다. 당시 마블은 5000여개 슈퍼히어로 캐릭터를 보유하고 있었고 슈퍼히어로 IP가 필요했던 디즈니는 과감하게 마블과 합병했다. 경제적인 부담과 배급사 부담이 사라진 후 마블은 히어로 캐릭터들의 세계관을 통일 하면서 마블 시네마틱 유니버스를 탄생 시켰고 이것을 기반으로 히어로 영화 확장을 시작하였다. 이것은 마블이 디즈니와 합병 전 만화산업을 핵심으로 발전하던 시기로부터 영화산업을 핵심으로 발전하는 시기로 전향하게 되었다. 만화에서 영화로 전이한 점은 마블이 트랜스미디어 스토리텔링을 진행 할 수 있는 전환점 이었다.

디즈니 마블의 트랜스미디어 스토리텔링 서사방식은 미디어의 발전과 만화의 슈퍼히어로 캐릭터 원본제작을 중심으로 영화 산업으로 전향하였다. 이러한 전략의 과정을 통해 미디어 기술의 발달과 관객들 수요의 부단한 증가는 만화 캐릭터 콘텐츠를 이용해 제작한 히어로 시리즈 영화가 점차적으로 판타지 장르를 결합한 영화 요소와 액션요소 융합의 새로운 슈퍼 히어로 영화로 변화 되었다. 마블의 발전 전략이 슈퍼히어로 콘텐츠를 이용한 핵심 산업의 산업구조를 형성하고 트랜스 미디어 스토리텔링 특성인 매체전의, 융합, 확장 그리고 강화 등 특성을 응용한 영화,

TV드라마, 게임, 만화, 애니메이션 등은 하나의 통합된 마블유니버스 세계관을 이루었다. 매개 플랫폼은 또 각기 마블을 서사구조 핵심을 따라 정하고 이야기 발전과 플롯이 다시 마블의 서사구조를 중심으로 변화되고 발전한다. 트랜스미디어스토리텔링은 혁신적이고 창의적인 아이디어를 실제화하고 유통하는 주체는 다름 아닌 사용자 자체이다. 사용자들이 서비스를 소비하는 소비자에서 콘텐츠를 생성하는 창작자가 될 수 있도록 참여의 기회를 제공한다. 허구적인 세계를 구축하고 캐릭터를 제시하며 대중들이 주어진 문제를 해결하고 고민하도록 단서나 주제를 제시한다. 이러한 전략은 홍보를 위한 마케팅 기법에 그치지 않고, 해당사회의 문제점을 지적하고 이것을 스토리텔링의 형태로 해결하도록 한다. 관객들이 주동적으로 트랜스미디어 스토리텔링 내용을 접하고 스토리 이해를 위해 더 많은 플랫폼을 통해 디즈니 마블의 다른 작품들을 접하게 된다. 자동적으로 스토리와 캐릭터에 접촉하고 토론하고 자연스럽게 팬덤 문화가 형성 되면서 디즈니 마블 세계의 일원이 되는 것이다. 이러한 변화는 마블이 디즈니와 합병 후에 실천 가능한 발전단계였다.

IV. 결론

디지털 미디어의 발전에 따라 이미지의 변화가 2D에서 3D로 발전해 왔다. 마블이 디즈니와 합병 전과 후는 큰 변화를 가져왔다. 특히 마블이 트랜스미디어 스토리텔링을 할 수 있는 기반은 시대의 발전과 미디어의 변화 속에서 단일 만화 핵심의 발전 체계로부터 대담하게 할리우드 영화의 영향력을 파악하고 만화시장으로부터 영화시장으로 전향한 판단 때문이다. 마블과 디즈니의 연합으로 마블 시네마틱 어벤져스 핵심 멤버들의 자서전 영화가 동일한 세계관을 가질 수 있었고, 각 작품마다 상호적으로 작용하며 하나의 완전한 시네마 우주를 완성하였다. 그 후 어벤져스 시리즈도 이어가게 되었다. 이러한 변화는 트랜스미디어 스토리

텔링 특성을 이용한 발전 전략에 의해 실행되었으며 그 뒤에는 강력한 경제적 동력이 뒷받침해주었다. 매체 융합, 다매체 플랫폼 응용, 자본의 집중 등을 통해 다양한 내용을 흘러가게 하는 것이 지금의 추세이다. 그 성공 전략을 학습하는 과정을 통해 IP의 응용과 팬층의 심도 깊은 경제개발 전략은 앞으로 문화 콘텐츠의 발전과 이야기 서사구조 창작에 직접적인 영향을 줄 것이다. 향후 새롭게 제작할 작품에서 우리가 따라 배워야 할 부분이 있다고 생각하며 이 방면의 연구는 이후에도 지속적으로 연구되어야 할 부분이라고 본다.

참고문헌

- 류철균, 한혜원 외 지음, 단행본 『트랜스미디어 스토리텔링의 이해』, 2014, pp34-35.
- 조윤경, 「접두어 Trans-의 인문학적 함의」, 『탈경계 인문학 제3권 제3호(제7집)』, 2010, pp7-9.
- 이영수, 「멀티버스에 기반한 마블코믹스의 트랜스미디어 스토리텔링 연구」, 『애니메이션연구 Vol.10 No.4』, 2014
- 최승호, 「N스크린시대의 트랜스미디어 스토리텔링에 관한 연구: 콘텐츠의 적합성과 확장성을 중심으로」, 동국대학교 언론정보대학원, 석사학위논문, 2017, pp37.
- 李旻倞, 「트랜스 미디어 관점에서 본 애니메이션 콘텐츠의 브랜딩 전략-디즈니 애니메이션 <겨울왕국> 사례를 중심으로 -」, 성균관대학교 일반대학원, 석사학위논문, 2015.4, pp8-9.
- 안드레아 필립스(Andrea Philips), A Creators Guide to Transmedia Storytelling, McGraw-Hill Professional, 2012, p.14.
- 헨리 젠킨스(Henry Jenkins), 단행본 『Convergence Culture』, 2006, p p95-96.
- 스토리텔링 http://terms.naver.com/imageDetail.nhn?docId=1624954&imageUrl=http%3A%2F%2Fdbstthumb.phinf.naver.net%2F2157_000_1%2F20121029221229041_SCYSEE7CJ.jpg%2Fm20_20_i1.jpg%3Ftype%3Dm4

500_4500fst%26wm%3DN&cid=42171&categoryId=42178, 디지털 문
화.

바이두백과, <https://baike.baidu.com/item/%E6%BC%AB%E5%A8%81/1552730?fr=aladdin>, 2017.11.30.

ABSTRACT

Characteristics of research The Transmedia Storytelling in the Disney Marvel

Kim-hui · Park, Sung-ho

As digital media evolves, image changes have evolved from 2D to 3D. At the end of the 1930s when the US overcame the economic crisis and met the Second World War, people needed a hero to escape reality. In DC (Detective Comics), superhero comics started to become popular by making superhero series mainly with Super Man and Bat Man. Timely Comics, founded by Martin Goodman in 1939, also published Marvel Comics, the first comic strip in epochal comics on October 1 of the same year. From this point on, Marble has developed mainly in the cartoon industry. However, in the development of the times and the change of media, Marble boldly grasps the influence of Hollywood movies from the comic centered development system, and moves from the cartoon market to the movie market. Especially, the trans-media storytelling strategy was well reflected in the movie "Avengers" series, which Marvel produced after the merger with Disney.

In this paper, When Marble Comics compares with the time when the comic book industry developed before the merger and the time when the movie industry was focused after the merger with Disney What kind of change and development, and The purpose of this study is to investigate the causes of these changes.

Key Word : Transmedia Storytelling, Marvel, Disney Marvel.

김휘
호서대학교 일반대학원 애니메이션학과
(31498) 충남 아산시 배방읍 세출리 211-1 드림빌
호서대학교 조형관 215-1
jinhui6688@naver.com

박성호(교신저자)
호서대학교 애니메이션학과 교수
(31499) 충청남도 아산시 배방읍 호서로 79번길20
호서대학교 조형관 211-1호
041-540-5561
ssangart@hoseo.edu

논문투고일 : 2018.05.01.

심사종료일 : 2018.06.04.

게재확정일 : 2018.06.19.