

미국 TV 애니메이션의 가족 캐릭터 연구 -〈심슨 가족〉을 중심으로

A Study on Family Character in American TV Animation -Focused on 〈The Simpsons〉

윤혜영

한양대학교 문화콘텐츠학과 석사

Yoon Hye-Yung

Hanyang Graduate School, Master of Culture and Contents

요약

〈심슨 가족〉은 미국 뿐 아니라 전 세계적으로 독특하고 예외적인 작품으로 평가된다. 매우 미국적이지만 전세계적으로 대중적이며 또한 다양한 OSMU로 큰 수익을 확보한 이 작품은 가족 애니메이션으로서의 성공적인 스토리텔링 전략을 내세우고 있는데, 그 중 하나가 캐릭터라는 것을 확인할 수 있다. 먼저 기존의 가족 구성원으로서의 역할과 이미지를 전복해 패러디와 의외성을 부여하고 모든 세대를 타겟화 하기 위해 각각의 캐릭터가 사건에 참여하는 일정한 비중을 유지한다. 또한 캐릭터의 직업과 새로운 미션을 매번 달리 설정하며 이를 패러디화한다. 이러한 캐릭터 스토리텔링의 특징과 효과를 논의해 가족을 소재로 하는 애니메이션 콘텐츠의 기획과 제작 과정에서 중요한 부분을 통찰하고, 성공적인 캐릭터 창작과 OSMU 활성화를 위한 단초를 제공하고자 한다.

I. 서론

1999년 타임지는 20세기 최고의 텔레비전 시리즈로 〈심슨 가족〉을 선정한다. 그 외에도 수많은 타이틀을 얻어가며 2007년 개봉한 극장판에서는 엄청난 수익을 확보하고 캐릭터 사업에서도 꾸준한 매출을 기록하고 있다. 이렇듯 미국 뿐 아니라 전세계가 주목하는 이 작품이 흥행에 성공할 수 있었던 요인 중 하나가 캐릭터의 특징이라 할 수 있다.

가족 캐릭터를 각각의 전통적 대표성 전복과 그들의 전략적인 사건 참여도, 그리고 다양한 설정을 통한 애니메이션의 장르적 특징 극대화가 논의의 중심이 된다.

1. 캐릭터의 전복과 의외성

대부분의 가족 애니메이션에 등장하는 인물은 동시대의 연령과 계층을 대표하기 마련이다. 즉, 당시의 가장 일반적인 아버지의 모습을 아버지 캐릭터로, 역시 어머니와 가족들의 성향과 역할들을 그대로 묘사하는 경우가 그것이다. 그러나 〈심슨 가족〉 캐릭터의 경우는 이러한 대표성을 비틀거나 전복하고 있다.

1950-60년대 리얼리티를 현대적으로 해석, 또는 희화화하고 있다고 표현할 수도 있는데,^[1] 즉, 일반적인 상식을 뒤엎는 캐릭터의 등장이다. 이들의 다소 독특한 가족의 모습은 평범하고 화목한 〈윌튼 가족〉과 비교되기도 하고, 조지 부시가 미국의 모든 가족이 〈심슨 가족〉이 아닌 〈윌튼 가족〉처럼 되어야 한다고 말한 일화도 큰 이슈가 되었다.

가족의 모습을 자세히 살펴보면, 가장인 아버지 ‘호머’

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.^[2]

호머의 아내이자 아이들의 어머니인 ‘마지’ 역시 평범한 여성처럼 보이지만, 귀에 거슬릴 정도의 허스키한 목소리를 가졌고, 다소 도발적이고 충동적인 성격이다.

이들의 아들인 ‘바트’는 끊임없이 사고를 일으키는 말쑥꾸러기로 그려진다. 그의 기발한 장난에 십대 시청자들은 열광하지만 바로 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.^[3]

‘바트’와는 반대로 그의 여동생 ‘리사’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.

이렇게 가장의 이상적인 모습을 전복시키고, 현모양처에 대한 기대를 깨고, 가장 멍청해 보이는 캐릭터가 사회의 진실을 폭로하고, 양심과 지성을 가진 이는 소외된다. 작품 전체에 영향을 미치는 희화화와 패러디, 그리고 의외성을 캐릭터 설정에서도 찾을 수 있다.



▶▶ 그림 1. <심슨 가족>의 주요 등장인물

2. 캐릭터의 사건 참여도

<심슨 가족>에는 다른 가족과 주변인물들이 주인공이 되는 경우도 있으나 위의 네 명의 가족이 주로 중심인물이 되어 사건을 진행한다. ‘호머’가 가장 자주 등장하고는 있지만 그 외 세 명의 가족 역시 극의 진행상 미치는 영향력과 사건에 참여하는 부분이 크게 차이가 없다. 실제로 시즌 18과 19의 42개 에피소드 경우 주등인물로 등장하는 횟수는 대략 ‘호머’(20), ‘바트’(15), ‘마지’(14), ‘리사’(11)로 정리된다.

‘호머’의 경우 주등인물로 자주 등장하지만, 사건에 결정적 영향을 미치지거나, 어이없는 결말로 이끄는 의외성을 부여하는 인물이다. ‘마지’의 경우는 ‘호머’와의 관계에서 사건의 주동자가 되기도 하지만 가족들의 갈등을 해결하거나 조율하는 역할을 한다. ‘바트’는 주로 사건을 일으키며 아버지 ‘호머’의 조력자로 등장한다. ‘리사’는 주등인물로서의 비율은 적은 편이지만 자신의 독립적인 에피소드를 통째로 차지하는 주요 인물이다. 그녀는 가족 관계가 아닌 지역 사회와 정부를 상대로 갈등을 전개한다.

이들은 위의 특징을 부각시키며 각자가 모든 에피소드의 프로타гон리스트가 된다. 다른 가족 애니메이션과 시트콤에서는 부부가 중심이 되거나, 반대로 2세대인 청년층이 주등인물로 설정되는 경우가 있는데, <심슨 가족>의 경우, 전략적으로 이들의 노출과 주등인물로서의 역할을 적절하게 안배하고 있다. 이는 각각의 캐릭터가 목표로 하는 타겟층을 만족시키며, 그들의 몰입에 긍정적 영향을 주는 결과를 가져온다.

3. 다양한 설정, 애니메이션의 핵심

애니메이션이 가진 여러 특징 중 대표적인 것이 자유로운 상상과 설정이다. 실사 영화나 무대 공연에서 연출될 수 없는 상황을 가능하게 하고, 치밀한 구조와 개연성, 리얼리티를 강조하는 극 장르에서는 불가능한 사건이 애니메이션에서는 벌어진다.

<심슨 가족>의 22개 에피소드에 등장하는 ‘호머’와 ‘마지’, ‘바트’, ‘리사’의 직업은 가수, 대통령, 도박사 등 수백 가지에 달한다. 많은 에피소드들 중 대부분은 이들이 특정 직업을 갖게 되거나 새로운 일에 도전하면서 사건이 벌어진다. 그러나 그들이 가진 기존의 성향과 가치관에 반하는 삶과 목적을 부여받게 되자 갈등을 겪고, 결

국은 제자리로 돌아오는 패턴을 갖는다. 만일 새로운 역할을 수궁하고 타협하게 되면 그들의 새로운 설정과 역할의 변신이 불가능해지고 무의미해지기 때문이다.

리얼리티나 개연성은 다소 배제하더라도 일상을 사는 대중들에게 의외성을 선사하고 사건을 전개하는 원동력을 갖는다면 애니메이션은 기꺼이 그것을 시도해야 한다. 그것이 타장르와의 차별성이며 경쟁력이 되고 이미 그것은 애니메이션의 특혜이자 핵심이다. 가족 내부의 문제나 현실과의 갈등을 다루는 애니메이션과 매우 대조적인 특징이며, <심슨 가족>의 캐릭터들이 매일 새롭게 변신할 수 있는 매우 전략적이 설정이다.

III. 결론

위의 세 가지 특징은 동일한 제작자 맷 그로이닝(Matt Groening)이 제작한 <퓨처라마(Futurama)>에서도 발견되지만 혈연으로 구성된 가족이 아닌 일터, 제2차 집단이라는 점에서 차이를 보인다. 또한 <패밀리 가이(Family Guy)>에서도 캐릭터의 전복과 의외성이라는 비슷한 특징을 찾을 수 있는데, 캐릭터의 사건 참여도가 일정하지 않으며, 캐릭터의 판타지적이며 극단적인 설정이 그 차이라고 할 수 있겠다.

미국 뿐 아니라 일본 역시 <짱구는 못말려>, <아파탐마> 등 이미 오래전부터 가족을 소재로 한 TV 애니메이션이 대중화되었으나 한국의 경우는 전무한 상황이다. 가장 대표적인 이유는 한국 TV 애니메이션이 주로 아동을 타겟으로 기획 제작되고, 따라서 성인을 타겟으로 한 애니메이션은 TV를 배제한 다른 창구를 모색하게 되었기 때문이다. 즉 가족의 개별 연령대에 맞는 각각의 콘텐츠와 창구가 따로 존재한다는 것이다. 또한 가족이 함께 향유할 수 있는 콘텐츠를 시트콤 드라마가 모두 대체하고 있는 것이 현실이다.

가족을 소재로 하는 애니메이션이라 할지라도 특정 기념일의 행사성 극장용이 대부분이며, 타겟층은 아동에게만 편중되어 있다. 실제 구매자인 부모를 배제한 콘텐츠는 캐릭터 상품화에 실패하고, 지속적이지 못한 스토리텔링은 OSMU에서도 실패를 거듭한다.[4]

이러한 한국의 현실에서 가족 TV 애니메이션이 새로운 돌파구가 될 수 있다. 그러나 더욱 중요한 것은 한국의 문화적 특수성과 시장의 특징을 읽어야 할 것이며, 위에서 언급한 캐릭터 스토리텔링에 대한 철저한 기획이 선행되어야 할 것이다. 문화적 거리가 다소 가까운 일본과 중국 등 아시아권의 TV 가족 애니메이션의 현황과 스토리텔링의 특징에 대한 연구가 필자의 과제로 남는다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 더글라스 러시코프, 미디어 바이러스, pp. 130, 황금가지, 2003
- [2] 다이아몬드 파워, 배리 파워, pp.182, 성우, 2004
- [3] 더글라스 러시코프, 카오스의 아이들, pp.284, 민음사, 1997
- [4] 박기수 “대중문화 콘텐츠 서사의 향유 전략 연구”, 인문콘텐츠 2호, pp.210