

한국의 대중문화에 Animation Character가
미치는 부정적인 영향

A Negative Effect of Animation Character in Mass Culture of Korea

김홍산, 신정숙
서울정수기능대학

1. 서론

2. 대중문화와 Animation Character

- 2-1. 대중문화란
- 2-2. 한국의 대중문화
- 2-3. 대중문화와 AnimationCharacter

3. Animation Character가 미친 영향

- 3-1. 과도한 폭력성
- 3-2. 왜곡된 성인관
- 3-3. 문화적 정체감 혼란
- 3-4. 남성중심주의의 고착

4. 결론

참고 문헌

요약

애니메이션 캐릭터는 아이디어 지향의 고부가가치 산업으로 다양한 시너지 효과를 창출하기 때문에 경제적인 측면만으로도 그 가치가 높다.

무엇보다도 애니메이션 캐릭터의 가치는 대중문화 커뮤니케이터로서의 역할에 있다.

애니메이션 캐릭터의 범람속에서 생활하는 대중들은 캐릭터에 의해 표현되는 다양한 성격과 행동에 영향받고 있다.

그러나 범람이라고 할만큼 대중의 생활을 둘러싸고 있는 애니메이션 캐릭터들의 성격과 행동들은 주로 극단적인 성향을 나타내고 있어, 대중사회의 유지와 존속에 필요한 역할모델의 제시에 부정적인 기능을 하고 있다.

(Abstract)

The Animation Character is high value-added industry in an aspect of economic value. Because Animation Character creates various synergic effects.

First and most importantly, the value of animation character is role of communicator in mass culture.

The diverse personality and behavior of Animation character affects masses's a way of thinking and act.

But the personality and behavior of Animation character express an extreme inclination, for the most part. And presentation of role's model that is necessary for maintenance and continuance of mass society is functioning wrongfully.

(Keyword)

mass culture, animation character

1. 서론

사회구성원의 사고방식과 생활방식을 나타내는 문화는 성장과 정을 통해 습득되며, 사회구성원은 문화를 습득함과 동시에 문화를 변동시키고, 문화를 이끌어 가기도 한다.

문화의 구성요소들인 지식, 경험, 가치, 태도, 의미, 위계질서, 종교, 역할, 공간적 관계, 세상에 대한 개념 등은 정신적이고 사회적인 것들을 강조하고 있다.¹⁾

그러나 이러한 문화가 대중이라는 것과 결합되면 그 의미가 정신적이고 사회적인 것에서 물질적이고 반사회적인 것으로 변하게 된다. 이는 문화의 내용이나 표현방식이 상품이나 서비스의 형태로 산업화되는 대중문화의 속성때문이다.

대중문화는 과학과 기술의 눈부신 발달로 이전의 어느 때 보다도 풍요로운 삶을 누리게 된 사람들이 의식주 외의 다른 삶, 즉 문화적인 삶을 누리하고자 하는 욕구를 가지게 되면서 주목받게 되었다.

이와 함께 상품화가 기본 속성인 자본주의로 인해 문화의 체계적인 산업화와 문화의 상품화가 개발되면서 대중문화는 문화산업과 연결되어 가장 수익성 높은 산업의 대상으로 각광받게 되었다.

미국이나 일본 등 선진국이 주도하고 있는 대중문화와 그것과 연계되는 문화산업의 위력은 가히 상상을 불허한다. 이는 한 나라의 정신적 전통과 문화에까지 영향을 미칠 수 있기 때문이며, 선진국들이 자국의 문화산업을 보호하는데 민감한 반응을 보이는 이유도 여기에 있다.

그리고 대중문화의 가장 강력한 전달매체인 영상분야는 그 속성때문에 그 역할이 더욱더 주목받고 있다.

이는 단선적 논리구조를 가진 문자세대 대신 멀티미디어적 하이퍼텍스트에 기반한 우회적 사고(discursive thinking)에 익숙한 영상세대가 출현했기 때문이다.²⁾

이러한 영상세대는 평면적인 미디어 대신 입체적인 미디어를, 출판미디어 대신 영상 미디어를 이용하고, 영상미디어도 복합적인 미디어의 운용체제를 이용하고 있다. 그 결과 문자세대와 영상세대는 분리 또는 계층화되어 영원히 결합될 수 없는 상태로 지속되어 그 갭을 줄일 수 없게 되어 같은 문화권 내에서도 전혀 다른 문화적인 삶을 살게 된다.

그리고 영상세대는 복합적이고 잠재적이며, 풍부하고 다양한 문화를 경험하고 있으며, 그들이 경험하는 세계는 정도의 차이는 있겠지만 환상과 실재를, 소망적인 사고와 현실적인 상황을 혼동하는 것이 가능한 세계이다.³⁾

이것은 Animation Character를 통해 표현되고 있는 내용이나 행동을 있는 그대로 본다는, 즉 주체의 작용에 의해 보고 싶은 대로 보고, 생각하고 싶은 대로 생각하는 것이라고 추론할 수 있다.

또한 우리 눈앞에 보이는 모든 현상이 객관적 현실 그 자체의

모습이 아니라 주체의 철저한 개입으로 재구성되는 주관적 체험의 현실로 바뀔 수 있다는 것을 의미한다.

이로 인해 전달하고자 하는 메시지와 달리 비의도적인 수용자에게 전혀 다른 의미의 메시지로 전환되어 부정적인 영향을 미치는 경우가 많다.

이하에서는 Animation Character를 통해 전달되는 선진국들의 대중문화가 한국의 대중문화에 어떤 영향을 미치고 있으며, 대중사회의 유지와 존립에 필요한 역할모델의 제시에 부정적인 영향을 주는 측면을 분석해 보고 올바른 나아갈 길을 모색해 보고자 한다.

2. 대중문화와 Animation Character

2-1. 대중문화란

대중문화란 대중이 주체인 사회에서 대중에 의해 생성되고 대중에 의해 향유되는 문화를 가리킨다.

또한 대중의 생활을 반영하며 대중의 생활에 영향을 주고, 대중들의 행동과 사상을 형성하는데 결정적인 영향을 미치며 또한 대중사회의 질서를 유지하는데 근간이 되는 문화를 의미한다.

그러나 대중이 주체가 되어 행해져야만 하는 대중문화의 기본 속성은 무시된 채, 대중은 주체가 아닌 객체, 즉 생산자가 아닌 소비자로 전락하게 되었다. 이는 대중문화를 창출하는 주체가 이윤 추구를 목적으로 하는 소수 엘리트, 즉 문화산업을 주도하고 있는 소수 선진국들에게 한정되었기 때문이며, 그 결과 이들에 의해 독점되어 창출되는 대중문화는 대중문화의 기본 속성과 역할은 무시된 채 자국의 이익 내지는 이윤 추구의 대상으로서만 존재하게 되었다.

대중문화의 생산자와 소비자가 분리되면서 생산자는 더 많은 이윤추구를 위해 대중의 취향을 무난히 맞출 수 있는 표준화를 모색하기 시작했고, 고급스럽다거나 고상한 문화 대신 천박하고 저급한 취향의 대중문화를 만들어냈다.

이렇게 만들어진 대중문화는 강력한 전달매체인 매스미디어를 통해 폭력과 섹스가 난무하고 말초적인 흥분을 불러 일으키는 비윤리적이거나 비도덕적인 내용으로 대중을 유혹하고 있다.

그 결과 대중문화의 수준은 낮아지고, 대량 복제 및 판매로 인해 전염성이 강해지며, 향락적이고 소비지향적인 욕구를 불러 일으키게 되는 매개체로 전락하게 되었다.

위와 같은 이유외에도 많은 폐해들로 인해 대중문화의 역기능적인 측면이 강하게 비판되고 있다.

엘리엇(T.S.Eliot)에 의하면, 대중사회란 이제 도덕적 중심이 되지 못하며 일반적으로 시인되고 있던 윤리적인 규범도 되지 못한다. 산업과 물질주의가 타락하고 세속화되어 문자 그대로 비도덕적으로 되고 있다.

맥도날드(Dwight Macdonald)에 의하면, 대중문화는 씹는 껌과 같아서 대량소비가 가능한 물건이며, 소비의 우상을 만들어 내며, 노동의 분화를 조장한다. 또한 대중문화는 시장에 팔기 위한 가공된 문화이며, 대중매체의 개발을 통해 대량소비

1) 홍기선 ; 커뮤니케이션론, 나남, p45, 1985

2) 한창완 ; 저패니메이션의 시뮬라시움에 대한 이데올로기 기능연구, p33, 1998

3) 한창완 ; 앞의 책, p38

를 겨냥한 제품이다.

하그(Ernest van den Haag)에 의하면, 대중문화는 쉽게 향유할 수 있도록 미리 만들어진 인위적인 경험에 몰두시키기 때문에 대부분의 사람들은 스스로 해결할 수 있는 자율적 성숙과 발전의 가능성을 박탈당한 상태로 머무르게 된다.

지너(Salvador Giner)에 의하면 대중문화는 본질적으로 시장성이 있다. 그래서 대중문화는 범속하거나 저속하다. 그리고 대중문화는 비도덕적, 비윤리적이며 조작적인 것이다. 4)

2-2 한국의 대중문화

한국의 대중문화는 다음과 같이 특징지을 수 있다. 5)

첫째, 한국의 대중문화는 전통문화의 견제를 거의 받지 않고 있다.

둘째, 대중매체(매스 미디어)의 보급과 산업화의 진행이 균형을 잃고 대중매체가 이상 팽창을 하고 있다.

셋째, 매체의 급속한 팽창과 여가(여유)의 증가에도 불구하고 상대적인 소득은 예술적 경험보다 대중문화가 주는 허황한 꿈을 추구하게 되었다.

넷째, 엘리트의 서구 지향성과 전통문화의 경멸이 토착문화와의 단절을 추진하고 서구적 문화의 수용을 극도로 한정된 계층에 국한시킨다.

다섯째, 구미 대중문화의 밀바다에 흐르는 개인주의에 입각한 민주정신과 합리주의적인 가치기준이 한국에 와서 왜곡되거나 타락된 형태로 수용되고 있다.

여섯째, 권력 엘리트가 국민의 정치적 관심을 이산시키는 수단으로 대중문화의 보급을 의식적으로 조장하고 있다.

일곱째, 한국의 경제적 이익집단은 이윤의 극대화에만 혈안이 된 나머지 문화의 육성이나 공동봉사에는 관심이 없다.

여덟째, 이념이 없는 교육은 성공지향적 인간형만을 대량 배출하여 문화나 예술활동을 비생산적인 것으로 경원하게 했다. 그렇다면 한국의 대중문화가 위와 같은 특징을 지니게 된 이유는 무엇일까? 그에 대해서는 이식이라는 측면에서 설명할 수 있다. 6)

첫째, 한국의 정치나 경제 등 제분야가 미국이나 일본 등 선진외국의 것을 아무런 여과과정없이 이식하는 과정에서 대중문화 역시 선진 외국의 대중문화가 그대로 이식되었기 때문이다.

둘째, 지배층의 필요에 의해 이식된 문화였고, 그 변화 과정 역시 지배층의 필요에 의해 진행되었기 때문이다.

셋째, 상업주의적 성격을 가진 선진외국의 자본에 의해 이식되었기 때문이다.

이러한 과정을 통해 대중들은 자발적인 참여를 통해 배울 수 있는 대중문화의 향유방법을 배울 기회조차 얻지 못한 채 소비자로서만 역할을 강요당해야 했고, 대중문화 역시 진정한 의미의 역할을 수행하지 못했던 것이다.

4) 김원태 ; 대중문화의 이해, 일진사, pp38-39, 1991

5) 김원태 ; 앞의 책 pp31-32

6) 김원태 ; 앞의 책, p33

또한 외국의 저속한 대중문화를 소극적인 태도로 향유하면서 생산자에 의해 맹목적으로 착취당한다는 사실조차도 의식하지 못한 채 이용당했다.

그리고 대중들은 강력한 외래문화에 압도되어 외국 지향적인 가치관에 몰두 수 밖에 없었으며, 전통적인 문화나 가치관, 민족적인 자부심이나 긍지에 가치를 두지 않게 되었다. 그대신에 소비와 향락, 권력과 부, 사회적 지위 등에 가치를 두게 되었으며, 욕구불만이나 좌절감 등이 일탈행위, 비행, 범죄 등으로 나타나게 되었다.

2-3. 대중문화와 Animation Character

대중문화시대에 가장 대중문화적인 요소를 내포한 것으로 애니메이션 캐릭터를 들 수 있다. 이는 애니메이션 캐릭터가 생산자의 정신과 철학이 내포된 문화적 산물이라는 점과 다양한 연관산업을 통해 유기적인 시너지 효과를 극대화시킬 수 있기 때문이다.

또한 대중문화의 소비자들의 구매욕구가 양에서 질로, 물리적이거나 기능적인 욕구에서 상징적인 욕구로 변화하여 제품의 실제 사용이나 기능과는 무관한 상징적 가치에 의미를 두는 것으로 변화했기 때문이다.

대중문화에서 애니메이션 캐릭터가 갖는 가치는 다음과 같다.

첫째, 애니메이션 캐릭터들은 대개 줄거리 속에서 캐릭터의 생명력이 확보되어 있기 때문에 인지적 효과와 독특한 개성을 부여하는 이미지 효과 그리고 친근감을 느끼는 정서적 효과를 쉽게 전달할 수 있다. 그 결과 애니메이션 캐릭터는 소비자에게 강력한 영향력을 가진 인기스타와 같은 역할을 수행하므로 캐릭터 상품은 주목, 인지, 기억, 이해 등의 인지적 효과가 빠르게 일어날 뿐 아니라 수익성에 있어서 안정성을 확보하게 된다.

둘째, 다른 매체로의 이식이 활발하게 진행되는 속성을 가지고 있다. 대중에게 인기를 얻은 애니메이션 캐릭터는 전자게임, 팬시산업 등으로 상품화되어 고부가가치를 가진 상품으로 그 영역을 확장한다. 이들 다양한 매체는 서로 다른 매체의 특성을 이용해서 상호유기적인 촉진 작용을 하면서 캐릭터 상품의 판매효과를 높인다. 7)

애니메이션 캐릭터는 꿈, 환상, 동심이라는 인간정서의 예민한 부분을 자극하는 내용적 특징을 통해 대중들의 감정이입과 자기투사를 유도하기 때문에, 대중문화사회에 잘 부합되는 탁월할 커뮤니케이션적 기능을 수행하는 매체적인 강점을 가진다. 그리고 애니메이션 캐릭터는 극중의 역할이나 성격, 독특한 외형적 모습과 시나리오가 주는 정서적 공감대와 같은 요소 때문에 소비자들에게 친숙도나 선호도를 높여주며 강한 대중성을 띤다.

따라서 애니메이션 캐릭터는 문화라는 무형의 상징적 요소를 아무런 거부감없이 대중문화의 소비자에게 전달할 수 있는 가장 효과적인 매체이다. 또한 대중사회의 유지와 존속에 바탕

7) 임혜정 ; 만화산업에 나타난 캐릭터 상품의 활성화에 대한 연구, 만화애니메이션 연구, pp134-135, 1998

직한 인간상, 즉 대중사회 구성원으로서의 올바른 역할모델을 제시하는데 효과적인 매체이다.

그러나 위와같은 특성을 살리지 못한 채, 대중사회의 유지와 존속은 차치하고, 존립 그자체조차도 위협하는 역할의 모델을 제시하고 있다.

3. Animation Character가 미친 영향

3-1. 과도한 폭력성

살로몬(Gabrial Salomon)에 의하면, 상이한 표현양식은 상이한 심리적 효과를 가진다고 한다. 8)

이것은 사진이나 언어로 표현된 폭력보다 애니메이션으로 표현된 폭력이 더 심각한 결과를 초래할 수도 있다는 것을 나타낸다.

그리고 바움(Tannenbaum)은 분기(arousal)가 공격성에 있어서 결정적인 요소가 된다고 제시하였다.

이것은 만일 애니메이션이 실제 행위보다 더욱 심한 분기를 일으킨다면 애니메이션은 더욱 많은 폭력을 조장할 것이며, 한편 반대로 실제 행위가 더욱 심한 분기를 일으킨다면 그것은 더욱 많은 폭력을 유발한다는 것이다. 9)

그렇다면 현실과 비현실에 대해 분별능력이 희박해지는 경우 현실에 기반을 둔 폭력보다 애니메이션 캐릭터가 행하는 다양하고 과장된 폭력으로 인해 더욱 더 심각한 결과를 초래할 수 있음을 보여주고 있는 것이다.

더욱 더 심각한 것은 폭력이 재미를 위해 사용되며, 폭력의 묘사에서는 폭력을 행하는 장면만 있을 뿐, 폭력으로 인해 희생자가 받는 고통에 대해서는 보여주지 않기 때문에 폭력행위를 쉽게 모방하면서 폭력의 부정적 영향 즉, 비인간성에 대해서 무감각하게 만든다.

또한 폭력의 결과에 대해 인간적인 책임감 등이 표현되지 않기 때문에 폭력에 대해 식상해질 뿐만 아니라, 가해자에 대해 적절한 처벌이 없기 때문에 언제나 폭력이 성공한다는 식의 교훈을 얻기 쉽다.

이것은 더 나아가 도식화된 선과 악의 이분법적 사고를 조장하는 경우가 많은데, 이는 선과 악의 대립구도로 줄거리가 전개되는 경우가 많기 때문이다. 그 결과 선과 악에 대한 이해 없이, 선의의 목적을 위해서는 폭력도 정당화될 수 있다는 맹목적 가치관을 가지게 되고, 자신과 생각이 다른 사람과는 싸워서 승리해야 한다는 편협한 사고를 갖게 되며, 승리와 패배라는 단순논리에 익숙하게 된다.

그리고 폭력의 가해자는 초능력을 가진 초자연적 존재로서 신비한 힘을 가진 매력적인 존재로 묘사되고, 피해자는 평범하고 연약한 인간으로 묘사되는 경우가 많아 초능력에 대한 막연한 환상을 가지는 대중들에게 폭력의 행사를 선망하게 할 우려가 있는 것이다.

그리고 폭력의 출현빈도도 많지만, 대부분은 일회성보다는 반

복적이고 지속적인 폭력장면이 많고, 거의 같은 수준의 폭력 장면이 반복되기 때문에 폭력장면에의 누적된 노출은 심각한 문제가 아닐 수 없다. 10)

3-2. 왜곡된 성인관

대중문화의 매개체인 매스미디어를 통해 전달되는 대부분의 내용들은 여러 단계의 제작, 편집과정을 통해 기술적으로 많이 가공 처리된 현실과는 다른 내용들이 대부분이다. 이와 함께 현실세계에서는 경험할 수 없는 세계를 현실아닌 현실처럼 느끼게 해주는 미디어의 발달로 간접 경험을 통한 대리만족을 느낄 수 있게 되었다.

이러한 매스미디어의 발달은 대중사회 구성원들에게 역할의 모델을 제시하기도 한다. 의도적이건 비의도적이건 간에 매스미디어를 통해 제시되는 역할의 모델은 정체감이 미처 형성되지 않은 구성원이거나 정체감의 형성에 강한 욕구를 느끼는 구성원들에게 절대적인 영향을 미칠 수 있다. 이들은 매스미디어에서 제시되는 역할의 모델을 본보기삼는 경우가 많다. 역할의 모델성립에 중요한 기준이 될 수도 있는 애니메이션 캐릭터는 성인들의 모습과 가치관을 어떻게 나타내고 있는 것일까?

저패니메이션(Japanimation)의 대표인물인 미야자키 하야오의 작품 중 <빨간돼지>에서 주인공인 중년남성은 조직의 압박을 벗어나기 위해 스스로의 마법을 통해 자신의 모습을 돼지로 변형시켜 이탈을 감행하고 있다. 11)

여기서 제시되고 있는 중년남성의 모습은, 인간으로서 하지 못하는 행동들을 돼지라는 매개체로 변화시켜 욕구를 발산시키고자 하는 무능력한 인간의 모습과 조직사회에서는 어쩔 수 없이 압박을 받고 맹목적으로 복종하며 살아가야 하는 나약한 인간의 모습을 설정하고 있다.

1989년 미국에서 첫 방영된 후 캐릭터 수익이 전세계에서 5억 달러 이상의 연매출을 기록할 만큼 폭발적인 인기를 끌었던 <심슨가족>의 경우 무능력하고 멍청한 아버지가 등장하고 있다. 현실의 거부장적인 엄한 아버지대신 똑똑한 아들의 도움으로 위기를 해결하면서 회사를 다닐 수 있고, 분석력이 뛰어난 딸의 도움으로 내기에 이길 수 있고, 엄마의 잔소리에도 화내지 않는 멍청하고, 게으른 아버지의 모습에 대중들은 위안과 재미를 느꼈다.

현실에서는 가능하지 않은 비정상적인 역할의 모습들이 제시되고 있다.

빨간 돼지나 심슨가족에서 제시된 역할들 외에 애니메이션 캐릭터들이 극 중에서 보여주고 있는 모습들은 성이나, 돈, 지위 등에 지나치게 집착한 나머지 탐욕스런 모습을 보이거나, 이기심이 극대화된 경우 그것을 참지 못하고 복수를 하는 등 대부분의 역할들이 극단적인 성격을 표출하고 있다.

8) Randall P. Harrison, 허종원 ; 만화와 커뮤니케이션론, 이론과 실천 p126, 1989

9) Randall P. Harrison, 허종원 ; 앞의 책, p123

10) 이영 ; TV만화영화의 문제점과 개선방향, 만화 애니메이션 연구 pp183-185, 1998

11) 박진숙 ; 화상커뮤니케이션 매체에서의 은유적 표현에 관한 연구, 만화 애니메이션 연구, p17-19, 1998

장례식 분위기를 즐기기 위해 살인을 저지르거나 열심히 노력한 댓가로 살아가는 대신 일확천금을 꿈꾸며 허황된 꿈만을 좇아다니거나 영웅이 되기 위해서는 반인륜적인 행동도 서슴치 않는 모습들이 그려지고 있다.

물론 위와 같은 표현이 성에 대한 개방적인 태도와 노골적인 표현에 익숙한 사회문화적인 배경을 가진 선진 외국의 대중들에게는 거부감없이 받아들여질 수 있을 것이다.

그러나 전통적인 성역할을 강요받는 대중들이라면 이러한 왜곡된 성인관의 모습을 받아들이기가 쉽지 않을 것이며, 그것에 대해 거부감 내지 혼란을 느끼게 될 것이다.

3-3. 문화적 정체감의 혼란

일본 애니메이션 산업은 캐릭터의 상품 경쟁력을 높이기 위해 공간과 시간에 구애받지 않는 무국적 캐릭터의 개발을 진행하고 있다.¹²⁾

현재 국내에서 접할 수 있는 애니메이션 캐릭터들의 대부분이 일본국적을 지닌 것들이다. 하지만 대부분의 경우 제작국을 밝히지 않거나 무국적 상황 또는 한국적 상황으로 수정되고, 주인공 이름이나 지명 등이 극중에서 우리나라 이름으로 번역됨으로써 은연중에 서구화된 캐릭터로 포장된 채 접하는 경우가 많다.

그리고 왜곡된 수입정책으로 말미암아 문화적 정체성이 형성되지 않은 어린이들은 물론, 청소년, 대학생 등에 이르기까지 수많은 대중들이 일본 애니메이션 캐릭터에 중독되어 가고 있다.

이러한 경우 일본 애니메이션을 통해 일본식 문화가 미화되어 전달되는 경우가 많다. 일본식 죽음을 미화한다거나 집단을 위해 개인의 죽음도 불사하는 희생, 계층간의 절대적 복종관계 등의 일본문화 정서가 문화적 정체성이 채 형성되지 않은 어린이들로 하여금 우리 문화로 착각이나 혼란을 일으킬 여지가 많다.

일본 애니메이션을 지칭하는 저패니메이션은 일본문화의 세계화를 위해 치밀한 전략하에 만들어지고 있다.

저패니메이션의 위력을 실감한 할리우드가 저패니메이션의 아이디어를 빌려 할리우드의 하이테크놀로지를 결합시킨다. 이렇게 완성된 이미지는 일본의 문화를 표현한 것이 되고, 이러한 이미지는 미래의 완성된 사회가 일본이라는 것으로 결론지어지게 된다.

저패니메이션을 통해 첨단 테크놀로지 시대의 테크노오리엔탈리즘으로서의 일본에 대한 이미지를 생산하고, 전염시키고, 중식시키고, 확장시켰다.

그 결과 미래가 테크놀로지적인 것이라면 미래 역시 일본이 서구 선진국을 대체할 주역이라는 것을 주지하는 것이 된다.¹³⁾

3-4. 남성중심주의의 고착

남성지배문화는 매스미디어를 이용하여 여성과 남성 사이의 사회적 불평등을 조장하고 강화시키는 한편, 여성에 대한 남성의 고정관념을 유포시키고 있다.

남성지배문화란 한 사회의 문화가 남성 중심적이며 남성의 우월성이 보장되고 남성에 의한 여성의 억압이라는 특징을 지닌다.

남성은 여성에게서 자신의 우월성을, 그리고 여성은 남성에게서 자신의 종속성을 보게 되며, 서로의 차이를 체득하고 순응하며 실천하는 가운데 남성 세계와 여성 세계라는 별개의 성별 문화가 양립하게 된다.

남성지배문화에서 여성들은 매스미디어를 통해 유포된 성역할 이데올로기를 내면화하게 된다.

매스미디어를 많이 이용하는 청소년일수록 전통적인 성역할 구분의식이 강하다는 연구결과가 있는데, 이것은 매스미디어가 성차별을 정당화하는 기존 사회질서를 강화시켜, 개인의 의식 구조와 생활상에 잠재적 영향력을 미쳤음을 알려주는 결과이다.

이러한 남성지배문화 이데올로기가 디즈니 애니메이션에서는 어떻게 표현되고 있으며, 시대의 흐름에 따라 그 표현이 어떻게 변화되었는지 알아보면 다음과 같다.

백설공주, 신데렐라, 잠자는 숲속의 미녀 등과 같은 60년대 이전의 디즈니 애니메이션은 역경을 이겨내고 사랑하는 왕자와 결혼하게 된다는 '공주 이야기'를 통해 지극히 수동적인 삶의 방식을 보여주고 있다.

성과 사랑이라는 가부장적 요소들을 미화시키고, 성과 사랑을 통해 가부장적 사회문화 구조가 재생산되는 것을 합리화시켜 온 것이다. 여성에게는 이러한 성과 사랑이 억압이 아닌 낭만으로 착각하는 허위의식을 갖게 하는 반면, 남성에게는 성과 사랑에 있어서도 고유한 특권이 주어진 것처럼 믿게 한다.

1990년대 이후의 디즈니 영화 역시 이전의 그것들과 비교해 그다지 큰 변화가 없었다. 다만 지독한 상업화의 영향으로 캐릭터가 표출하고 있는 이미지만을 다양화시켰을 뿐이다.

인어공주, 미녀와 야수, 알라딘, 포카혼타스 등의 주제 역시 낭만적 사랑이다.

이들 애니메이션에서 표현되고 있는 자본주의적 가부장제 이데올로기는 다음과 같다.¹⁴⁾

첫째, 여성에게 사랑은 세계의 중심이며, 여성은 남성에 의해 지배된다는 것이다.

둘째, 여성이 남성의 사랑을 받을 수 있는 조건은 지위나 능력이 아니라, 아름다워야 한다는 것이다.

셋째, 여성 이미지는 천사와 악녀 두 가지로 구분되며, 가부장제 이데올로기를 벗어난 여성은 반드시 '벌'을 받게 된다.

넷째, 여성이 그나마 능동적으로 관계할 수 있는 남성은 자본주의 사회 내에서 상대적으로 열악한 조건을 지니고 있다.

다섯째, 여성의 계층상승은 남성의 '미적' 기준에 의해 보상

12) 한창완 ; 앞의 책, p41

13) 김준양 ; 스펙타클 : 테크노 오리엔탈리즘, AKIRA 키노 pp118-119, 1998

14) 이정아 ; 디즈니 만화영화에 나타난 성과 사랑, 만화 애니메이션 연구, pp95-118, 1998

받는다.

여섯째, 영화에 등장하는 남자 주인공들은 모두 선인이며, 주체적이고 능동적이다.

디즈니 애니메이션에서 표현되고 있는 여성 캐릭터들은 1960년대 이전이나 지금이나 변함없이 가부장제이데올로기를 강요받고 있다. 다만 상업화가 강조되어 여성 캐릭터의 이미지가 다양해졌을 뿐 남성다움과 여성다움은 각각의 성에게 여전히 강요되었고, 남성지배이데올로기는 사회적으로 더욱 더 강화되었고 왜곡되었다.

4. 결론

한국의 대중문화가 긍정적인 측면보다 부정적인 측면이 더 강조되는 이유는 대중문화가 유입되는 과정에 기인한다.

해방이후 정치적 후견인을 자처한 미국에 의해 진정된 대중문화가 아닌 상업주의를 표방한 대중문화가 강제로 유입되었다. 또한 한일회담 이후 일본과의 정치적 관계가 해방을 맞이하면서 일본화된 미국의 대중문화가 유입되었다. 이후 한국의 대중문화는 상업주의를 앞세운 미국과 일본의 대중문화시장으로 존재하게 되었다.

그리고 정치나 경제적인 측면에서 단기간에 이루어진 서구화로 인해 체계적인 발전을 이루지 못했고 사회가 비정상적인 형태로 민주화 혹은 산업화되었기 때문에 그 폐해로 인해 대중문화의 부정적인 측면이 더욱 강조되었던 것이다.

또한 대중문화의 현대적인 속성이나 외래지향적인 내용으로 인해 전통문화와 조화를 이루지 못하고 전통의 맥락이 단절된 상태로 서구의 대중문화가 유입되었기 때문에 많은 부분에서 대립과 갈등을 일으키는 계기가 되었다.

물론 대중문화 자체가 문화자체의 질을 높이기 위하여 창조된 문화가 아니고 기업가의 이윤추구를 위해서 생성된 문화이기 때문에 전통문화 등과 마찰을 일으킬 수도 있다.

이전의 대중문화 유입과정이 어떠한 간에 앞으로의 대중문화는 어떤 모습을 통해 어떤 내용을 전달할 것인가?

모든 것을 차치하고서라도 대중문화와 함께 문화산업을 주도하고 있는 애니메이션과 그 캐릭터에 주목해야 할 것이다.

애니메이션 캐릭터는 친근감 유발과 부담없는 대인 접근으로 문화침투력이 강력하기 때문이다.

또한 그 영향력과 잠재력은 교육이나 연구, 인지발달, 커뮤니케이션의 개선 등에 매우 효과적으로 사용될 수 있기 때문이다. 하지만 이성보다는 감정에 호소하고, 비현실적인 환상의 세계를 만들어 낼 수 있기 때문에 캐릭터가 갖는 사회적 영향력을 중시해야 하며 그 전달된 효과에 의한 생활 재창조라는 측면에서 재검토해 보아야 한다.

그리고 한국의 대중문화가 제대로 정착되지 않은 상황에서 받아들여진 외국의 대중문화로 인해 우리 문화의 존립이 위협받고 있고, 여기에 매스미디어의 발달로 인한 다양한 애니메이션 캐릭터의 활동은 미래의 한국문화를 만들어갈 뿌리마저도 없애버릴 수 있을 만큼 엄청난 영향력을 가지고 있기 때문이다.

위와 같은 영향력에도 불구하고 우리가 만나는 대부분의 애니메이션 캐릭터들은 한국인의 정체성은 물론 미래의 대중사회를 이끌어갈 사회인으로서의 역할모델을 극단적인 성향을 가진 즉, 파괴적이고 즉흥적이고 편협하고 비상식적인 인간상으로 제시하고 있다.

따라서 21세기 더 나아가 미래의 대중문화시대를 위해서는 인간의 정체성을 올바르게 제시하고 올바른 대중문화의 견인차 역할을 할 수 있는 애니메이션 캐릭터의 모델이 제시되어야 할 것이다.

또한 앞에서 지적한 바와 같이 소수 선진국, 즉 일본이나 미국 등의 애니메이션 캐릭터가 현재는 주역으로 활동하고 있지만, 앞으로는 우리의 애니메이션 캐릭터가 주역이 될 수 있도록 전통과 조화를 이루며 이전에 노출된 약점은 보완하고 강점은 더욱 강화시킨 애니메이션 캐릭터가 나올 것으로 기대한다.

참고문헌

- 강경란:한국 대중문화의 문화종속적 성격에 대한 연구, 이대, (1986)
- 강현두:한국의 대중문화, 나남, (1987)
- 공종식, 정연옥, 홍호표 공저:대중예술과 문화전쟁, 나남, (1995)
- 김원태:대중문화의 이해, 일진사, (1991)
- 김휴종, 신현암:일본 대중문화 개방의 경제적 효과 분석, 삼성경제연구소, (1998)
- 박기성:문화커뮤니케이션과 대중문화, 평민사, (1983)
- 윤재근:문화전쟁, 도서출판 둥근, (1996)
- 이강수:미국 대중문화의 전파와 수용에 대한 고찰, 미국학논집, 13집, 한국아메리카학회, (1981)
- 이강수:대중문화와 문화산업론, 나남, (1998)
- 이정아:디즈니 만화영화에 나타난 성과 사랑, 만화애니메이션 연구, (1989)
- 이정춘:매스미디어 효과이론, 나남, (1994)
- 임상원, 원우현:매스커뮤니케이션의 전파와 문화, 고려대학교 출판부, (1979)
- 칼스 패너티, 이용용 역:문화와 유행상품의 역사, 자작나무, (1997)
- 태혜숙:문화로 접근하는 미국, 증명, (1998)
- 한창완:저패니메이션의 시뮬라시옹에 대한 이데올로기 기능 연구, 만화애니메이션 연구, (1998)
- 홍기선:커뮤니케이션론, 나남, (1985)
- Randall P Harrison, 하종원 역:만화와 커뮤니케이션, 이론과 실천, (1989)