

캐릭터 미학을 말하다

‘현대의 연금술’, 캐릭터의 마법 공식은 무엇인가?

캐릭터는 현대의 마법이다. 동그라미에 선 몇 개를 그어놓은 그림이 살아 움직이며 말을 건다. 그 표정 하나로 우리를 웃고 울게 한다. 캐릭터는 현대의 신화다. 아이들은 물론 어른들까지 분홍색 고양이와 눈 달린 자동차를 숭배하게 한다. 캐릭터는 현대 스타 시스템의 정점이다. 스마트폰에서 베개까지 수많은 상품에 그 얼굴을 찍어 넣은 것만으로 지갑을 열게 만든다. 캐릭터는 어떻게 해서 이런 힘을 얻었을까?

글 이명석 대중문화평론가



보노보노와 같이 두 발로 서는 동물들을 인격화하는 것은 귀여운 캐릭터를 만드는 마법 공식이다.

이미지 출처
Bononet www.bonobono.jp

캐릭터는 인류 문명의 유산이다

스페인의 남쪽에 모하카르(Mojacar)라는 마을이 있다. 황량한 사막이 바다와 만나는 곳에 언덕이 솟아 있고, 그 주변에 하얀 집들이 들어서 있다. 선인장이 가득한 골목을 거닐다 보면 특이한 형상들이 눈에 띄인다. 집집마다 대문, 벽, 바닥에 동그라미와 작대기로 만든 사람 모양의 장식물을 걸어두고 있다. 흡사 줄라 맨을 닮은 그 장식을 마을 사람들은 인달로(Indalo)라고 부른다. 고대로부터 마을의 건강과 안녕을 지켜주는 수호의 상징, 그러니까 마을 캐릭터 구실을 해왔다.

모하카르에는 또 다른 흥미로운 전설이 있다. 바로 이곳에서 미국의 만화영화 제작자 월트 디즈니가 태어났다는 것이다. 이것이 진실인지 그 증거는 희박하다. 그러나 만약 그가 이 마을에서 태어난 뒤 미국으로 건너갔다면, 인달로가 지닌 힘의 비결만큼은 분명히 깨닫고 있었을 것이다. 아무리 단순한 형상이라도 인간의 사랑을 받으면 생명을 얻는다. 사람들은 거기에 모든 감정을 집어넣고, 자신의 가장 가까운 친구로 만든다. 디즈니는 바로 이러한 원리로 세계를 지배하는 캐릭터의 제국을 일궜다.

인달로의 예를 통해 알 수 있듯이, 캐릭터는 현대의 발명품

이 아니다. 인간은 원시시대부터 자신의 불안을 덜어줄 존재, 외로움을 이겨낼 친구를 원했다. 신화나 동화 속의 신, 천사, 영웅, 공주들이 그 역할을 담당했다. 그러나 머릿속 상상만으로는 부족했다. 언제나 눈으로 보고 손으로 만지고 싶다. 기독교의 성모 마리아, 힌두교의 시바, 불교의 붓다는 성화(icon)와 조각상으로 변신해 그들과 함께했다. 그들은 성스러운 캐릭터들이다.

보다 세속적인 인형도 오래전부터 인류와 함께해왔다. 진시황의 흙인형 병사들은 지상의 인간을 대신해 땅에 묻혔다. 지푸라기 인형은 바늘을 꽂거나 불에 태워 저주를 퍼붓는 용도로 사용되었다. 창가에 매달린 천 인형은 비를 부르거나 쫓는다고 여겨졌다. 그런데 인간의 본능은 예쁘고 마음에 드는 것을 모으고 싶어 한다. 애초의 종교적·주술적 창작 의도는 중요하지 않다. 사랑스러운 인형은 하나둘 누군가의 수집 대상이 되었다.

모하카르에서 멀지 않은 그라나다(Granada)는 알람브라 궁전으로 유명한 곳이지만, 유서 깊은 가톨릭교회를 찾는 순례객도 적지 않다. 이곳 교회 앞 가게들도 제법 유명한데, 성경 속의 이야기를 테마로 한 미니어처 인형 때문이다. 성모 마리아, 동방박사, 노아의 방주에 탄 동물 인형이 갖가지 크기와 모형으로

진열되어 흡사 캐릭터 전문점을 방불케 한다. 이곳만이 아니다. 인도의 대형 트럭을 보라. 힌두교의 성상에서부터 볼리우드의 대중스타에 이르기까지 그들이 숭배하는 고대와 현대의 캐릭터들로 뻘뻘하게 장식되어 있다.

대중문화 시대의 스타 캐릭터 시스템

20세기에 접어들며 캐릭터는 이전과는 비교도 할 수 없는 폭발적인 번식력을 발휘하게 된다. 이제 신화와 종교라는 핑계는 필요 없다. 캐릭터 스스로 신화를 써나 가면 된다. 먼저 만화, 애니메이션, 그림동화라는 대량 복제 문화가 꽃피게 되었다. 그 주인공을 묘사한 캐릭터 상품은 처음에는 영화관을 찾아온 아이들의 기념품 정도였다. 그런데 점차 이들이 원작을 뛰어넘는 부가가치를 만들어낸다. 뽀빠이, 슈퍼맨, 배트맨, 땡땡은 대중 스타가 되었고, 그 얼굴만 찍혀 있으면 가방, 연필, 번기뚜껑 등 모든 것이 팔려나갔다.

1930~40년대 할리우드는 스타 시스템을 구축했다. 영화 배우의 이미지를 대중에게 감염시키고, 스타가 나오면 무조건 보고 사게 만들었다. 이때 월트 디즈니는 미키마우스, 도널드 덕,

백설공주 등을 내세워 캐릭터 스타 시스템을 만든다. 그리고 이들은 인간 배우들을 이겨버렸다. 애니메이션 캐릭터는 루돌프 발렌티노처럼 요절하지 않는다. 마릴린 먼로처럼 스캔들을 일으키지도 않는다. 브리지트 바르도처럼 추하게 늙지도 않는다. 심지어 월트 디즈니가 죽어 땅에 묻혀도 캐릭터는 살아남는다.

그러나 모든 캐릭터가 이와 같은 영예를 얻는 것은 아니다. 특성의 스타 캐릭터가 압도적 지위를 가지고 있다는 사실은 나머지 대부분이 이름 없이 사라져갔음을 의미한다. 그렇다면 성공한 캐릭터는 어떻게 인간의 마음을 사로잡았을까? 어떤 캐릭터가 특별히 유명해진 이유는 무엇일까?

최근 25년 동안 급속히 발전한 뇌과학과 인지심리학은 캐릭터의 여러 비밀을 찾아냈다. 가령 ‘아이콘(icon) 효과’ 같은 것이다. 인간은 동그라미 안의 두 구멍만 보면 그걸 인간의 얼굴이라 여긴다. 반원형의 작대기만 더하면 웃는다고 여긴다. 공동체 속에서 항상 타인의 표정을 읽어야 했던 본능이 단순하기 그지 없는 캐릭터들을 살아 있는 존재로 여기게 만든다. 유인원에게 특별히 발달된 ‘거울 뉴런’의 공감 능력도 중요한 역할을 했다. 이것은 내가 바라보는 누군가의 감정을 유사하게 체험하게 하는 장치다. 우리는 TV 속의 사슴 캐릭터가 사자에게 쫓기면, 나 역시 두려움에 떨며 그를 구하고 싶어 한다. 월트 디즈니를 비롯한 캐릭터 디자이너들은 전문 심리학자가 아니다. 하지만 놀라운 통찰력으로 이러한 원리들을 찾아내 써먹었다.

귀여움의 마법 공식을 찾아라

캐릭터의 가장 중요한 원리는 의인화다. 캐릭터의 세계에서 개, 고양이, 쥐와 같은 동물이 인간처럼 말하고 행동하는 일은 너무나 자연스럽다. 숲 속의 나무, 주전자, 의자, 심지어 자동차 같은 것에도 인격을 부여할 수 있다. 그러기 위해서는 몇 가지 장치가 필요하다. 일단 눈과 입이 있어야 하고, 팔과 다리 역할을 할 것을 덧붙이면 더욱 좋다. 곰(테디 베어), 해달(보노보노), 펭귄(뽀로로)처럼 두 발로 서는 동물은 인격화하기에 더욱 용이하다.

인간의 마음을 얻으려면 눈을 중심으로 한 표정이 가장 중요하다. 올해 탄생 60주년을 맞은 ‘미피’의 작가 딕 브루너는 자신만의 비결을 공개하기도 했다. 미피의 눈은 2~6세 아이들과 쉽게 교감할 수 있도록 항상 정면을 보도록 했다. 그 또래의 아이들은 엄마의 눈을 보아야만 편안히 감정을 나눌 수 있기 때문이다.

또 다른 중요한 원리는 '유아화-어리게 보이기'다. 생물학자 콘라트 로렌츠는 <동물과 인간 행동의 연구>에서 다음과 같이 말한다. "인간은 유아적인 형상에서 친근감을 느낀다. 큰 눈, 튀어나온 이마, 들어간 턱은 작은 눈, 튀어나온 주둥이와는 전혀 다른 반응을 불러일으킨다." 우리가 사랑하는 캐릭터 대부분은 어리고 동그란 얼굴과 3등신 정도의 체형을 가지고 있다. 이런 형태는 그 또래만이 아니라 어른의 마음도 가볍게 사로잡는다.

진화생물학자인 스티븐 제이 굴드는 <팬더의 엄지손가락>이라는 책에서 미키마우스가 태어나 50년 동안 보여준 체형 변화를 분석한다. 미키마우스는 명백히 유아화(幼化進化)의 경향을 보이고 있다. 같은 키에서 머리의 비율이 커지고, 그 머리 중에서 눈의 비율이 커지고, 두개골 전체의 용적이 커지고 있다. 쉽게 말해서 점점 어러지는 것이다. <도널드 덕>의 휴이, 루이, 듀이의 캐릭터 역시 눈이 커지고 부리가 들어가는 역진화를 보인다. 이들 주인공들에 맞서는 악한들은 반대로 7등신 정도의 어른 체형을 하고 있다.

변신·합체와 캐릭터의 확장

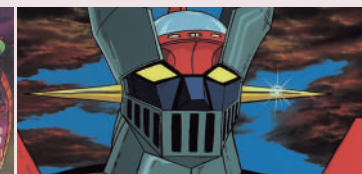
귀여움만이 능사는 아니다. 특히 소년들은 사냥꾼의 본성으로 강하고 무서운 존재에 이끌린다. 여자아이들이 바비 인형을 가지고 소꿉장난을 할 때, 남자아이들은 지아이가 조 인형과 로봇 장난감을 들고 전쟁놀이를 한다. 심지어 우리 편이 아니라 적인 데도 불구하고 인기를 모으는 캐릭터들이 있다. 곤충, 공룡, 자동차처럼 단단한 껍질을 가진 속속들로, 캐릭터 산업에서 이들은 매우 중요한 계열을 형성한다.

일본 만화가 나가이 고는 소년들의 욕망을 꼬집어내 캐릭터 산업의 계통을 세우는 데 혁혁한 공을 세웠다. 그는 먼저 <마징가Z>를 통해 타고 다니는 거대 로봇을 만들었다. 그 이전에는 <철완 아톰>처럼 휴머노이드 스타일의 지나치게 인격적인 소년 로봇과 <철인 28호>처럼 외부에서 조종하는 거대 로봇이 양 축을 형성했다. 새롭게 태어난 마징가Z는 마치 자동차나 오토바이처럼 주인공이 직접 탑승해서 움직이는 로봇이다. 운전면허도 없는 소년 주인공은 지구 평화를 지키는 명목하에 광포한 로봇을 움직이며 상대 로봇을 박살 내버린다. 그 거대 로봇은 결국 소년의 신체가 확장되어 만들어진 변신체다. 그래서 로봇이 공격을 받으면 조종사도 고통을 느낀다. 이러한 인차일체(人車一體)



의 상상력은 동아시아 캐릭터 산업의 핵심적인 장치가 된다. 나가이 고는 소년들이 주인공 로봇만이 아니라 적들의 디테일에도 매료된다는 사실을 발견했다. 그래서 매주 새로운 악당 로봇을 등장시켜 장난감 수집 욕구를 자극했다.

나가이 고는 이어 <갯타로보>의 아이디어를 내놓고 후배 만화가인 이시카와 겐에게 그리게 한다. 세 개의 독자적인 로봇이 위기의 순간에 하나로 변신 합체한다는 테마는 소년들의 또 다른 욕망을 자극했다. 평범한 소년이 로봇에 탑승해 무소불위의 힘을 발휘한다. 그 로봇들이 다시 합체해 더욱 강력해진다. 이러한 쾌감은 로봇 장난감을 직접 만지고 변형시켜서 변신·합체시킬 때 비로소 완성된다. 그런데 이러한 즐거움도 하늘에서 뚝 떨어진 것은 아니다. 인간 소년들은 오래전부터 사슴벌레와 같은 갓 입을 곤충을 채집해 싸움을 붙이곤 했다. 그 욕망이 로봇 캐릭터로 전화해나갔다. 1970년대 이후 일본의 로봇 만화와 애니메이션은 철저히 캐릭터 장난감 사업을 고려해 제작되고 있다. 이를 이어받은 건담 프라모델은 세계적인 시장을 건설했다. 미국에서는 <트랜스포머>의 변신 자동차 일족이 그 계보를 잇고 있다.



- 1 캐릭터가 오랜 기간 대중으로부터 사랑받을 수 있는 비결은 만화가 가진 이야기의 재미가 캐릭터에 생명력을 주기 때문이다.
- 2 <마징가Z>의 인차일체 상상력은 캐릭터 산업의 핵심적인 장치가 되어 우리나라의 <로봇 태권V>에도 영향을 주었다.

이미지 출처
네이버 무비 movie.naver.com
(주)브이센터 www.tvcenter.com
(주)아이코닉스 www.iconix.co.kr

스토리텔링이 진정한 생명력을 준다

지난해 서울 잠실동에 위치한 석촌호수에 거대한 오리가 나타났습니다. 러버 덕(Rubber Duck)은 원래 욕조에 띄워놓는 작은 오리 인형이다. 네덜란드 출신의 예술가 플로렌타인 호프만은 이것을 가로 16.5m, 세로 19.2m, 높이 16.5m의 거대한 몸집으로 제작했다. 그리고 세계 여러 도시에서 전시를 이어가다가 한국까지 온 것이다. 그런데 러버 덕은 첫선을 보인 날부터 큰 망신을 당했다. 설치 과정의 실수 때문에 바람이 빠져버린 것이다. 그런데 이게 뜻밖의 반응을 일으켰다. 사람들이 오리가 바람이 빠진 모양을 측은하게 여기며 SNS에서 공감의 말을 전하기 시작했다. "오리가 시무룩해졌어." "오리가 물먹고 있어." 다양한 패러디 사진이 만들어지기도 했고, 최근에는 그 과정을 레고로 재현한 작품이 인기를 모으기도 했다. 러버 덕은 바람이 빠지는 '이야기'를 통해 진정한 생명을 얻었다.

유명 캐릭터 중에는 헬로 키티, 짜장소녀 뿌가 등 캐릭터 자체만으로 성공한 경우도 없지는 않다. 그러나 만화나 애니메이션의 인기와 결합한 캐릭터가 훨씬 강력한 힘을 발휘한다는 것은 주지의 사실이다. 디즈니가 미키마우스에서부터 <겨울 왕국>

까지 최강의 캐릭터 제국을 이어온 데는 애니메이션의 흥행이 결정적인 역할을 했다. <심슨 가족>, <뽀롱뽀롱 뽀로로>, <미니언즈> 등도 마찬가지다. <짱구는 못 말려>의 경우 원작 만화가 가진 이야기의 재미가 일천한 작화력의 캐릭터를 인공호흡으로 살려냈다. TV 애니메이션판으로 만들어지며 전문 캐릭터 디자이너들이 달려들어 그 못생김을 개성으로 전환시켰던 것이다.

뽀로로, 타요, 라바 등 최근 인기를 모은 한국 출신 캐릭터도 황금의 비밀을 잘 파악하고 있는 것 같다. 두 발로 걷고 어린이의 얼굴을 하고 있는 펭귄을 주인공으로 삼거나, 자동차라는 친근한 기계에 인격을 부여하거나, 다양한 개성의 벌레들로 외성의 재미를 만들어낸다. 캐릭터들이 비슷한 공식을 공유하는 상황에서 기계적으로 그것을 적용한다고 모두가 성공하지는 못할 것이다. 미키마우스의 둥근 귀나 아톰의 빨과 같은 어떤 '에지(edge)'가 필요하다. 그 캐릭터를 최대한으로 단순화하고도 사람들이 알아보는 무엇이다. 때론 이야기가 그 에지가 될 수도 있다. K

