

## 바쁘고 팍팍한 삶에 필요한 친구와 영웅

### 캐릭터의 전성시대는 계속됩니다

개인적으로 페이스북을 즐겨하는 편은 아니지만 한국민속촌과 고양시청 페이지는 재미가 있어 종종 들여다봅니다. 이들 페이지는 기관 홍보를 위해 개설되었지만 운영의 주안점은 철저히 재미와 소통에 맞추어져 있습니다. 이를 위해 캐릭터를 마케팅 도구로 아주 잘 활용한다는 것도 중요한 공통점입니다. 한국민속촌의 구독자수는 25만 명, 고양시청은 12만 명을 기록하고 있습니다. 이 페이지에 호응하는 구독자들의 반응으로 볼 때, 캐릭터가 아니었다면 그 10분의 1의 구독자도 확보하기 어려웠을 것이라는 생각이 듭니다.

지난해 탄생 40주년을 맞은 헬로키티처럼, 잘 만들어진 캐릭터는 나이를 먹지 않고 세대를 초월하여 사랑받습니다. 사고를 치거나 스캔들을 일으키지도 않습니다. 또 캐릭터는 어느 상품에나 쉽게 결합할 수 있기에 부가가치가 큼니다. 필통에 디자인이 들어가면 캐릭터 필통이 되고, 빵에 로고가 붙으면 캐릭터 빵이 됩니다. 좋아하는 캐릭터가 있다면 누구라도 기왕이면 캐릭터 상품을 구매하게 되겠지요. 이처럼 캐릭터는 무미건조할 수 있는 제품이나 대상에 취향과 친근감을 부여합니다.

조금 더 깊이 들여다보면, 캐릭터는 우리 삶에서 결핍된 부분을 충족시켜 주는 친구와 같은 존재입니다. 바쁘고 무미건조한 세상일수록 캐릭터는 더 사랑받습니다. 소소한 재미를 제공하고 애착의 대상이 되어주기 때문입니다. 아이들뿐 아니라 성인들 역시 누구나 정서적 결핍감이 있습니다. 캐릭터는 그 틈새를 알게 모르게 메워주는 존재입니다. 1인 가구일수록 스스로 키덜트족이라 생각하는 비중(21.4%)이 높다는 최근의 통계가 그 단면을 보여줍니다.

캐릭터는 우리의 삶과 뗄 수 없는 관계를 맺고 있습니다. 마블 영화가 박스오피스 상단을 차지하는 비중이 점점 늘어나는 것을 보면 아마 앞으로도 계속 더 많은 사랑을 받을 것으로 보입니다. 더 많은 사람이 친구와 영웅, 그리고 애착의 대상을 필요로 한다는 의미이기도 합니다. 새로운 매력과 이야기를 가진 캐릭터가 계속 등장하는 한 '캐릭터 전성시대'는 앞으로도 지속될 것 같습니다.