
애니메이션 '강철의 연금술사'의 캐릭터를 중심으로 한 매니아 형성과 구조

Mania Construction and Constitution based on Animation 'Fullmetal Alchemist's Character

박윤성*, 김혜성**, 이가영***

경기대학교 디자인공예학부*, 평택대학교 디자인영상학부**, 경기대학교 미술·디자인대학원***

Yoon-Sung Park(yspark@kyonggi.ac.kr)*, Hye-Sung Kim(hskim@ptu.ac.kr)**,

Ga-Young Lee(mirsima@hanmail.net)***

요약

정보통신매체나 상품의 종류가 다양해지듯 사람들의 성향도 그에 맞춰 다양해지고 있다. 이러한 다양함 속에 찾을 수 있는 하나의 대중성은 '매니아(Mania)'라는 계층에게서 엿볼 수 있다. 현대사회는 빠르게 변화하기 때문에 하나의 상품이나 문화의 수명은 짧을 수 밖에 없으나 하나의 매니아 그룹이 형성되면 자연스럽게 상품의 수명은 길어지게 된다. 애니메이션 역시 하루에도 수십, 수백 가지의 영상이 영사되고 있지만 한번 보고 기억에서 잊혀지는 영상들이 대부분일 것이다. 하지만 어떠한 형태로든 매니아 그룹을 형성하게 된 애니메이션은 여러 콘텐츠에서 꾸준한 부가가치를 창출할 수 있다.

본 논문에서는 BONES사(社)의 애니메이션 '강철의 연금술사'(원작: 아라카와 히로무, 감독: 미츠시마 세이지)의 캐릭터를 통하여 나타난 매니아 그룹의 형성을 연구, 분석하였다. 강철의 연금술사의 관객이 단순히 작품을 마음에 들어 했다는 것이 아닌 열광하는 집단이었음은 무수한 콘텐츠로의 발전과 당시 잠시나마 주춤했던 일본의 애니메이션 산업이 다시 활기를 띠게 된 것을 보면 알 수 있다. 그리고 여러 콘텐츠들로의 발전은 그 만큼 많은 콘텐츠를 수용할 수 있는 커다란 매니아 그룹이 형성되어 있었음을 나타낸다. 매니아 그룹의 형성에는 다양한 이유가 있지만, 특히 캐릭터는 작품의 총괄적인 상징을 하기 때문에 매니아 그룹 형성에 가장 커다란 작용을 끼친다. 본 연구를 통하여 애니메이션 '강철의 연금술사'의 캐릭터가 커다란 매니아 그룹을 형성할 수 있었던 까닭과, 이러한 매니아 그룹이 작품에게 부여한 가치의 의미를 알아보고자 한다.

■ 중심어 : □캐릭터□매니아□

Abstract

As media and product became variety, the propensity of the people is becoming various. From diversity, there we could search for some popularity is called 'the mania.' When Mania takes shape, the product will be longer even masses in these days only have short-term life. Also there are hundreds of animations that has short-term life whom people forgot everyday they watch. However, the animations could last its value which has the Mania.

This thesis is a study on the constitution of Mania from animation 'Fullmetal Alchemist's Character The BONES had made. We can learn that the audience were not just like the animation, but got crazy for it by comparing Japanese animation industry in those days; before it has been shrinking and manufacturing various contents from Fullmetal Alchemist means there is enough consumption. There are many reasons to form Mania group, but specially the character symbols at the works as a whole. From this study is to know a cause of how the animation 'Fullmetal Alchemist' made huge Mania group, and significance value of the work those group left.

■ keyword : □Character□Mania□

접수번호 : #081101-001

접수일자 : 2008년 11월 01일

심사완료일 : 2008년 12월 08일

교신저자 : 박윤성, e-mail : yspark@kyonggi.ac.kr

I. 서론

1. 연구의 목적 및 배경

1.1 연구배경

작품을 관람하는 관객은 행동의 영향력에 따라 단계별로 나뉘어진다. 하나의 작품이 관객에게 미치는 영향도 중요하지만 관객이 작품에 미치는 영향 또한 커다란 의미를 가지고 있다. 그러므로 매니아는 단순한 관객이라는 계층만으로 구분되어지지 않는다. 그들의 엄청난 소비력과 영향력을 생각한다면 매니아 그룹은 작품의 질과 가치를 좌우할 수 있는 일종의 팬(fan)의 개념으로 볼 수 있다. 팬과 일반 관객과의 관계는 엄연한 차이가 있다. 일반관객은 자신의 행위에 대하여 보여 지는 대상에게서 '즐거움'이라는 대가를 얻으려 하지만 팬들은 즐거움 역시 느끼지만 대상에게로 부터 감사, 배품, 소유하고 싶은 마음 등 행동을 통해 직접적으로나 간접적으로 보여준다. 또한 그들은 대상의 작은 변화마저도 눈치 채며, 변화에 대하여 열광 혹은 슬픔을 표현하기도 한다. 매니아는 이러한 팬의 형태가 좀 더 응축, 강화된 집단이라고 볼 수 있다.

캐릭터는 대중에게 가장 빠르게 어필 인지 될 수 있으며, 형태적으로나 내면적으로나 관객에게 가장 가깝게 다가갈 수 요소이다. 월트 디즈니의 '미키 마우스'나 국내의 '아기공룡 둘리'만 보더라도 캐릭터 자체가 대중에게 얼마나 큰 의미를 가지고 있는지 알 수 있으며, 스토리텔링을 목적으로 가진 애니메이션이라 할지라도 예외라고 할 수는 없겠다. 그러나 내용적인 면의 부각에 집중한 나머지 캐릭터 어필의 중요성을 간과하는 애니메이션들이 간혹 나타난다. 이러한 작품들은 내용적인 측면이나 작품성에서는 호평으로 떠오르기도 하지만 관객에게 직접적인 노출되어 나타나는 캐릭터의 위축으로 매니아 그룹의 형성이 어려우며 실질적인 상품적인 면이나 생산적인 면을 기대하기 어려워진다.

연구의 지표가 될 애니메이션 <강철의 연금술사>(이

하 하기텐³의 매니아 그룹은 작품을 수용할 수 있는 연령부터 20~30대 이상까지 그 계층이 다양하고 폭이 두 겹다. 하기텐은 제 49회 소학관 만화상을 수상하고, 판매 부수 1000만을 돌파한 소년만화의 명실상부한 히트작을 원작으로 가지고 "카우보이 비밥"⁴, "울프스 레인"⁵등의 작품으로 유명한 BONES 스튜디오가 참여하여 TV시리즈 총 4시즌(51 편), 극장판 1편으로 애니메이션화한 작품이다. 건담이나 파이널판타지 시리즈 같은 계속되는 시리즈의 연속과 함께 꾸준한 사랑을 받으며 이미 수많은 층의 매니아 그룹을 확보한 작품이 아닌, 신인작가를 통해 갓 만들어진 하기텐을 매니아 그룹 형성과의 관계의 연구에 사용하는 것은 그만큼 하기텐이 짧은 기간 동안 많은 사람들의 이목을 단번에 끌어당길 수 있던 작품성, 혹은 캐릭터성을 가지고 있다고 생각되어 본 연구는 이러한 매니아 그룹이 작품에게 부여한 가치의 의미와 캐릭터가 커다란 매니아 그룹을 형성할 수 있었던 배경을 알아보고자 한다.

1.2 연구목적

하기텐의 인기비결은 독특한 스토리와 치밀한 구성 등 여러 가지 배경요소가 있지만 무엇보다도 관객이 보다 흥미롭고 재미있게 작품에 몰입할 수 있도록 적절한 캐릭터들을 내용 곳곳에 배치해 두었기 때문이다. 아무리 누구나 공감할 수 있는 기발하고 재미있는 이야기라도 화자가 그것을 어떻게 전달하느냐에 따라서 청자의 반응은 천차만별이 될 수 있는 것이다. 비단 하기텐의 인기가 캐릭터 뿐 만인 것은 아니지만 캐릭터가 자신에게 주어진 이야기 속에서 어떠한 특성과 관계, 역할, 형태를 띠느냐는 매니아 그룹의 형성에 커다란 획을 그을 수 있는 부분이다. 때문에 캐릭터는 스토리텔링을 목적에 두고 있는 작품이라 할지라도 관객과의 직접적인 대면을 하는 위치에 있으므로 가장 먼저 빠져들 수 있는 대상이 된다.

1 株式会社 ボンズ(주식회사 본즈)

멀티비전·극장·비디오·그래픽 애니메이션 영화의 제작 멀티 미디어에 관한 게임·CG·인터넷 등 기획, 개발, 제작

2 荒川弘, Arakawa Hiromu, 1979년 5월 8일생, 일본 만화가. 1999 STRAY DOG으로 데뷔, 49회 소학관 만화상 수상

3 강철의 연금술사의 원어발음인 鋼の錬金術師(하가네노런킨 지슈시)의 약자

4 원작 Cowboy Bebop, 감독 외타나베 신이치, 관광 등급 15세, 저품업처는 애니키키, 종 26화 TV애니메이션

5 원작, Wolf's Rain, 감독 오사무라 텨사이, 2003년 제작의 SF장르

이러한 캐릭터의 중요성을 캐릭터와 매니아 그룹 사이의 관계를 연구, 분석을 애니메이션 강철의 연금술사를 바탕으로 캐릭터 구조를 통한 매니아 그룹 형성 요건과 그들이 작품에 미치는 영향에 대하여 알아보고 앞으로 애니메이션이 나아가야 할 발전 방향과 개선 방향을 제시하는 데에 목적이 있다.

2. 캐릭터 구조

2.1 캐릭터의 성격적 구조

<강철의 연금술사>는 '연금술'을 소재로 전체는 성장과 모험을 테마로 한 일반 소년만화의 구성을 따르고 있다. 그러나 연금술을 통한 역사의 재고찰과 형제의 험난한 여정을 통하여 나타나는 종교와 과학의 괴리와 갈림길, 독재와 내전, 사람의 욕심 등에서 나오는 갈등으로 각 캐릭터의 성격을 구축하고 형상화시켜 어린이 할 것 없이 폭넓은 매니아 층을 수용할 수 있도록 밀반침을 마련해주었다.



그림 1. 강철의 연금술사 주요 캐릭터 외형

주인공 '에드워드 엘릭'과 동생 '알폰스 엘릭'이 돌아가신 어머니를 연금술로 소생시키고자 했던 자신의 부모를 사랑한다면 누구나 생각해볼 수 있는 마음, 그리고 그로 인해 어지럽혀진 자신들의 삶을 진실과의 직면, 필요에 의한 지위 등 여행 과정과 방법, 여정에 의해서 하나의 확고한 캐릭터성으로 발전시켜 주변 캐릭터들과의 관

계가 엮어지는 형식으로 누구나의 마음을 자극시킬 수 있는, 그러나 각각의 특별한 오리지널리티를 찾을 수 있도록 발전시켰다.



그림 2. 강철의 연금술사 주요 캐릭터 외형

내용을 통해 나타나는 캐릭터의 성격은 동정심의 유발, 동질감 등 캐릭터의 인간적인 면을 드러내어 관객에게 존재하는 자로 인지되어진다.

표 1. 주인공의 외형적, 내면적 특성과 효과

■ 시각적 전달 효과	■ 감성적 전달 효과
□ 명기머리	□ 다혈질
□ 금발, 금안	□ 강한 의지력
□ 검정, 빨강, 노랑의 강렬한 색상 배치	□ 키에 대한 콤플렉스(Complex)
□ 작은키공으로 표현	□ 건방진 말투
□ 오토메일기계발과 다리	□ 형제애(兄弟愛)

2.2 캐릭터의 특성적 구조

하기렌 캐릭터의 매력은 특이한 내용발상에서 비롯되어 있지만 각 캐릭터들을 겨냥한 매니아 그룹은 그들의 외형과 내면적인 면에 몰입한다. 캐릭터에 대한 몰입도는 매니아들의 작품에 대한 행동양상에서 알아볼 수 있으며 내면이 강조되는 성격적인 면보다 바로 부각되어 나타날 수 있는 외형적인 면은 매니아 그룹의 결성력을 보다 빠르게 강화시켜 준다.

하기렌이 보다 쉽고 빠르게 매니아를 확보할 수 있었던 까닭은 캐릭터의 확실한 개성이 전면적으로 나타나있기 때문이다. 하기렌은 스토리텔링을 우선시하여 만들어진 작품이기 때문에 캐릭터의 용모 자체에서 지나치게 특이한 모습을 가지고 있는 것은 아니지만 특이한 외형만이 캐릭터의 이미지를 부각시킬 수 있는 것은 아니다. 각 캐릭터마다 개개인의 성격을 나타낼 수 있는 한 개 이상의 외형적인 특성을 소유하게 해줌으로써 사람들의 인지를 빠르게 하고, 일괄적이지 않은 특성들을 부여해줌으로써 모든 사람들마다 서로의 생각이 다르듯이 각 매니아들마다 자신들이 원하는 캐릭터를 선택할 수 있는 영역을 넓혀주었다.

외형적인 상징 하나만을 부여해주어도 관객은 상징을 기억함으로써 캐릭터들을 떠올릴 수 있다. 그리고 이러한 외형적 상징은 단순히 모습을 부각시켜주기 위한 것 뿐만 아니라 캐릭터의 성격이나 작품의 분위기도 합쳐져 나타나는 하나의 브랜드적 이미지로서 만들어지게 되는 것이고 보다 작품이나 캐릭터에의 접근을 용이하게 해준다. 상징성으로 캐릭터를 부각시키는 예는 대부분의 여러 일본 애니메이션 작품에서 흔히 볼 수 있다.

하기렌이 방영되던 당시인 2004년의 캐릭터 인기투표의 애니메이션에서 MVP best 캐릭터를 집계한 결과 10권 안에 하기렌의 캐릭터는 총 3명이 들어가 있었다. 그리고 2006년 10월을 기준으로 한 국내 뉴타입지에 소개된 캐릭터 인기투표의 결과 하기렌의 주인공 에드워드는 6위로 1~5위권의 캐릭터는 현재 방영하고 있는 시리즈의 캐릭터인 반면 방영이 끝난지 2년이나 지났음에도 불구하고 꾸준한 인기를 지속하고 있다는 것으로 보아 하기렌의 캐릭터가 얼마나 강렬하게 관객의 머릿속에 박혀 들어갔는지 알 수 있다.

2.3 캐릭터 상호 관계적 구조

캐릭터의 성격과 특성이 매니아 그룹을 확보하는 데에 영향력이 있다면 각 캐릭터 사이의 관계는 매니아 그룹의 입지를 굳히는데 있다. 스토리상의 캐릭터의 구조적인 위치는 캐릭터의 매력을 강화시킨다. 캐릭터들의 관계는 캐릭터성의 사전지식이나 배경 등의 정보를 제공해 줌으로써 각 캐릭터의 성격과 특징을 보다 정확하게 만들어주고, 관객의 이해를 도와줌으로써 매니아 그룹이 자신의 취향을 결정지을 수 있는 계기를 부여하여 각 그룹 계층의 분포를 확실하게 해준다.

예를 들어, 하기렌에서 에드워드의 동생으로 설정되어 있는 일폰스의 초기설정엔 에드워드의 아버지였다. 하지만 원작이 소년만화인 점을 생각하여 부자간의 모험보다는 형제간의 모험 쪽을 택하여 일폰스를 아버지에서 동생의 위치로 바꾸었다고 한다. 일폰스의 위치가 동생이냐 아버지냐는 스토리 전개에 있어서 그다지 큰 영향을 미치지 못한다. 일폰스가 에드워드의 아버지라도 '자신의 어머니(혹은 아내)를 인체연성⁶⁾하고, 실패하여 몸을 잃어버리고 갑옷에 혼이 정착된다'라는 이야기는 이끌어 갈 수 있다. 그러나 원작자가 굳이 캐릭터의 위치를 비꾼 것은 캐릭터 사이의 관계나 서로의 역할이 관객의 몰입도를 좌지우지 할 수 있다는 점을 숙지하고 있었던 까닭이다.

내용상의 관계적인 면의 부각 외에도 시각적 효과로 서로 대조되거나 비슷해 보이는 외형과의 관계 강조 또

6 연금술사들 사이에서 암묵적인 금기로 내려오는 '사람을 만든 연성'

한 확실한 캐릭터성의 특징과 관계를 나타낼 수 있다. 내용상 대조되는 위치에 있는 캐릭터와는 대조적인 색 혹은 외형적 특징을 부여해주고 비슷한 위치에 놓인 캐릭터에게는 각 캐릭터만의 유일한 특성들을 살리되, 서로에게 있어 비슷한 특징을 제공해준다.

상호관계의 구조를 통하여 완벽하게 파악된 작품의 세계와 캐릭터의 면모는 매니아로 하여금 가상의 세계인 애니메이션에서 캐릭터의 사회를 체험하게 해줌으로 캐릭터와 관객과의 인간 관계적인 교류를 성사시키고 캐릭터는 곧 친구나 연인, 혹은 공감의 대상이 되어 단순한 관객이 매니아로 탈바꿈하게 만들어 주는 것이다.

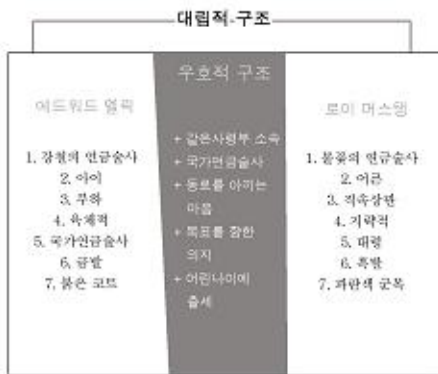


그림 3. 강철의 연금술사 주요 캐릭터의 구조적 관계 비교

3. 매니아 그룹 분석

3.1 매니아 그룹 형성 구조 분석

Mania는 '무엇 무엇에 광적인, 열중, 열심'이라는 사전적 의미를 가지고 있다. 앞의 글들에서 지칭하는 매니아의 의미도 이와 같은 사전적 의미의 기반을 가지고 형성되었다고 볼 수 있다.

매니아는 민주화가 이루어지면서 대중문화에 대한 정치권력의 입김이 줄어들고 그만큼 대중문화의 영역이 다양화되면서 이루어진 것이라고 한다[1]. 예전의 문화를 수동적으로 소비하던 일반 대중과는 달리 자신이 주체가 되어 적극적으로 문화를 선택, 수용하는 매니아는 특정 문화 텍스트에 좀 더 깊은 것, 구석진 것, 주변적인 것

남들이 잘 모르는 것에 대한 광적인 집착과 애정을 나타낸다고 볼 수 있다[1].

하기렌 캐릭터의 매니아 그룹 형성의 배경으로 매니아 대상 10명에게 질문한 결과 과반수 이상이 내용의 심오함과 기존 애니메이션 캐릭터와는 다른 매력의 개성이라고 답했다.

캐릭터의 개성은 여태까지 잘 다루어지지 않았던 현존하는 직업이 아닌 '연금술사'에 대하여 누구도 상상해보지 못했던 것으로 재해석되었다는 것으로부터 시작하여 캐릭터간의 상호관계가 리얼리티를 포함하고 있어, 한가지 방향으로만 추측할 수 있는 단순한 관계를 가지고 있지 않다는 점을 예로 들었다.

타 애니메이션은 목적을 향한 캐릭터와의 관계가 1번 혹은 2번의 방향으로의 추측이 가능하지만 하기렌에서는 3번, 또는 7번까지의 관계구조가 나타난다. 예를 들어, 인기작 드래곤볼의 경우 손오공과 적과의 관계에서는 이기느냐 지느냐의 두가지 갈래의 방향이 나오도록 추측될 수 있으나 하기렌에서는 속히 대립되는 캐릭터라 할지라도 누가 옳은가, 혹은 누가 목적인가라는 단순명료한 추측은 불가능하다.

3.2 매니아 그룹의 영향 분석

매니아는 상당히 풍부한 정보와 지식을 가지고 있는 준(準)전문가 수준의 수용자라고 할 수 있어 그들은 나름의 비평적 안목을 형성하며 문화시장에서 독특한 영향력을 발휘하여 새로운 시장을 만들기도 하고 시장의 판도를 바꾸기도 한다. 반면에 매니아들은 자신들이 추구하는 문화 콘텐츠에 광적인 애정과 집착을 보여주기 때문에 그만큼 많은 지식과 정보를 가지고 있는 매니아들은 때로 매우 배타적이며 독선적이라는 비판도 있다. 그들은 자신이 가지고 있는 문화에 대한 애정과 정보를 과신하며 다른 사람의 말을 귀담아 듣지 않는다. '나만 좋으면 그 뿐'이라는 것이 많은 매니아들에서 공통적으로 발견되는 사고방식[5]이며 때문에 일반 대중들은 이들을 사회에 부적응하고 소외된 집단으로 분류하여 곱지 않은 시선으로 바라보고 적지 않게는 그들이 추구하는 콘텐츠도 함께 비판의 대상으로 오르기도 한다.

매니아의 문화 주체로서의 적극적인 수용의 자세는 전

문적이고 세분화된 콘텐츠를 수용할 수 있는 능력을 갖 추게 하며 이는 매니아가 형성된 콘텐츠의 장기적인 발전을 보장해준다. 실제로도 두터운 매니아 층으로 장기적인 관심과 발전을 이룬 사례는 많이 있으며, 하기텐 역시 TV방영이 끝난 지 약 1년이 반기량 지난 현재까지도 모바일, 비디오게임, 캐릭터 상품, 화보집, 악세서리, 라디오CD, 캐릭터 앨범 등 다양한 콘텐츠가 지속적으로 개발되어 출시되고 있다. 이는 매니아 그룹으로 인하여 늘어난 콘텐츠의 수명과 다양성을 전적으로 보여주는 것이다.

4. 매니아 그룹 형성의 파급 효과

4.1 내부적 효과-스토리 라인에 끼치는 영향

작품의 전체적인 내용 흐름에 있어 매니아가 직접적인 영향을 미친다고 볼 수는 없다. 애니메이션의 내용 구성은 전부 짜여진 상태에서 만들어지고 방영되기 때문에 이미 만들어놓은 길을 재구성하여 되돌아가기에는 너무 많은 시간과 노력과 자본이 투자되기 때문이다. 그러나 스튜디오에서는 '전체를 바꿀 수는 없지만 일부를 끼워 넣을 수는 있다'라는 유동적인 방법으로 매니아 그룹의 확대를 꾀한다. 매니아들이 보다 열광할 수 있을 소재 거리를 제공하여 시장의 확대를 노리는 것이다. 이러한 방법으로 스토리 라인에 변화를 주게 되어 나타나는 방편이 외전, 스페셜판, OVA, 극장판, 드라마CD 등이다. 그리고 이들은 대부분 주 스토리와는 별로 상관없이 패러디적인 요소를 포함하며 캐릭터의 일상생활, 새로운 에피소드, 과거 이야기 등을 보여준다. 이것은 일종의 팬서비스 차원으로 제작되어지는 미디어물이지만 작은 요소에도 민감하게 반응하는 매니아들에게는 본편보다도 더 크게 와 닿을 수 있으며 이러한 새로운 미디어 콘텐츠물의 제작은 내부적 효과를 통한 외부적인 파급효과를 시도한다. 매니아 그룹이 내부적으로 미치는 영향은 더 나아가 외부적으로도 영향을 줄 수 있다는 이야기이다.

또한 드물지만 매니아가 스토리에 직접적으로 영향력을 행사하는 경우가 종종 있는데 대표적인 예로 드래곤볼, 포켓몬스터, 디지몬 어드벤처 등이 있다. 위 애니메

이션들은 매니아들에 의하여 추가 제작되어지고 새로운 세계관과 캐릭터가 탄생되어 현재까지도 지속적인 팬 층을 확보하고 있는 작품이나, 잘 다듬어져 있던 기반 안쪽이 아닌 그 위에 또다른 설정을 덧붙이는 것이기 때문에 자칫하면 구성관계가 복잡해지고 전혀 다른 방향으로 전개되어 본편과 어긋나버리는 경우로도 나타난다.

4.2 외부적 효과

작품의 인기, 캐릭터의 인기는 시장경제와도 직결된다. 앞에서 말한 바와 같이 매니아 그룹은 대상 존재 자체에 대하여 행복감을 느끼고 특정 콘텐츠에 몰입, 집중적으로 연구 분석하여 일반적인 사용자 대중이 접할 수 없는 문화를 소유하고 접촉하며 수용한다는 데서 강한 만족감을 얻는다. 그렇기 때문에 매니아 그룹은 인터넷 활용능력과 사회적 영향력 강해 신상품 실험대상 가치가 높다. 다시 말하면, 매니아 소비자층은 구매의욕이 높을 뿐만 아니라 커뮤니티 형성의 핵, 차세대 기술혁신의 장, 신상품의 실험대상으로서의 가치도 높아 가까운 장래에 어떠한 상품이 인기를 끌지를 살펴볼 수 있다는 점에서 산업적 시점에서 기대되는 역할이 큰 모집단이라고 할 수 있다[2].

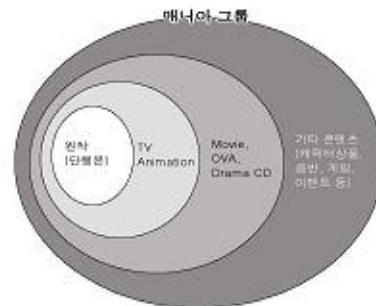


그림 4. 매니아 그룹과 콘텐츠의 관계와 영향

매니아 그룹은 직접적으로 보이는 엄청난 소비력 외에도 작품과 애니메이션에 관련하게 된 사항들(음향, 회사, 작가, 제작자, 스태프 등)에 가치를 부여해준다. 하기텐이 커다란 매니아 그룹을 거머쥔으로서 애니메이션을 제작한 Bones는 다시 한번 최고의 애니메이션 제작사라는

입지를 굳혔으며, 원작자를 발굴한 스퀘어엔릭스는 신 인자가 발굴에 그만큼 실력이 있음을 인정받았으며, 하가렌을 연재했던 '소년강강'⁸⁾의 구독율을 50%나 끌어올려 달 37만부의 기록을 세웠다. 또한 원작자 자신은 작가로서의 자질을, 그리고 하가렌의 오프닝과 엔딩곡을 맡았던 그룹들은 방영 기간 동안 자신들의 곡이 오랫동안 오리콘차트에 머무를 수 있었다. 또한 하가렌의 주인공 에드워드의 역할을 맡으셨던 성우 박로미씨는 에드워드의 연기로 단번에 일본 최고의 성우로 자리매김을 하게 되었다. 이외에도 하가페스(Hagaren Festival) 개최, 라디오 DJ 프로그램의 편성, 아마추어 작가들의 하가렌 온라인 이벤트(Hagaren Only Event)의 활성화 등 매니아들을 위한 이벤트적인 활동도 추진되고 있다. 하가렌의 성공이 제작사와 원작자에게 뿐만 아니라 또 다른 콘텐츠에서의 매니아 그룹을 형성시켜주는 효과를 낳은 것이다.

5. 결론

캐릭터는 애니메이션의 얼굴이다. 한번 얼핏 보는 것만으로도 작품의 평가를 내려버릴 수 있는 요소라는 것이다. 스토리를 이해하려면 어느 정도의 시간을 할애하여 애니메이션의 전반적인 내용을 알아보아야 하지만 이야기를 직접적으로 풀어나가고 한순간에 지나가버리는 영상을 보는 것만으로도 느낌을 전달할 수 있어 관객이 제일먼저 보다 쉽게 접하는 것이 캐릭터이기 때문에 관객은 내용보다는 캐릭터에 의한 영향이 더 크게 일어나고 나아가 일반 관객에서 팬으로, 그리고 매니아로 발전된다.

캐릭터의 효과적인 표현은 외형적으로나 내면적으로 캐릭터의 개성이 뚜렷하게 잡혀있어야 관객의 머릿속에 확실히 기억될 수 있는 것이다. 자신도 모르는 자신의 일을 남이 알고 있다는 것은 어불성설이라고 할 수 있다. 캐릭터의 확고한 주관이 잡혀있어야 관객도 이를 기억해줄 수 있는 것이며 이러한 캐릭터의 개성은 외면으로 직접적으로 표출될 수도 있으며 각 등장 캐릭터들의 관계에

있어서도 표현되어 나타날 수 있다. 캐릭터의 단면만을 보여주는 것은 관객의 감정이입을 떨어뜨릴 수 있기에 내용뿐만 아니라 캐릭터의 설정에 있어서도 탄탄한 구성력을 보여주어야 하는 것이다. 그리고 편협한 폭 보다는 넓은 의미의 구조를 담고 있는 캐릭터는 보다 여러 계층과 형태의 매니아를 형성시킬 수 있고 '대중속의 매니아'가 보다 더 큰 의미인 '매니아적인 대중'을 관객으로 가질 수 있다.

매니아는 한 문화의 주체가 될 수 있는 집단이다. 매니아가 형성된다는 것은 그 문화를 포함한 콘텐츠가 여러 방향으로 연구되고, 오랜 기간 동안 더욱 다양하고 창조적으로 발전 하고, 그러할만한 가치가 있는 작품으로 인정된다는 것을 의미한다. 그러므로 내용이나 외형 한쪽만으로만 치우치지 않은 캐릭터의 내용(성격적인면)과 표출의 적절한 조화를 통하여 보다 알기 쉽고, 설득력 있는 탄탄한 구조속의 캐릭터의 형성을 통해 보다 넓은 매니아 그룹을 확보하여 장기적이고 새로운 발전을 꾀할 수 있는 애니메이션 작품의 발전을 제공 받을 수 있도록 노력하여야 하겠다.

참고 문헌

- [1] 김창남, "문화의 적극적 수용자 혹은 탐닉적 문화 중독자, 매니아", 월간 문화예술, 제240호, 1999.
- [2] 김현태, *8 매니아즘, 2000 억엔의 거대시장 형성* KOTRA, 2004.
- [3] 한국은행 조사국 해외조사실, *일본의 매니아 소비 자층 부상과 콘텐츠산업 발전* 한국은행, KDI 경제 정보 센터, 2005.
- [4] D. Hirakida, "진실과 신념", 월간 뉴타입, 제6권 제3호, pp.40-49, 2004.
- [5] D. Hirakida, "간절히 원하는 자들", 월간 뉴타입, 제6권 제4호, pp.49-55, 2004.
- [6] D. Hirakida, "어둠의 숲속으로", 월간 뉴타입, 제6권 제6호, pp.54-61, 2004.
- [7] SQUARE ENIX, *강철의 연금술사 퍼펙트 가이드 북* 학산문화사, 2004.

7 SquareEnix, 파이널판타지(Square)와 드래곤퀘스트(Enix)의 제작회사로 2002년여 합병

8 小が峰シガシ, 스퀘어엔릭스 출판의 소년만화잡지

[8] SQUARE ENIX, *강철의 연금술사 퍼펙트 가이드 북 Vol.2*, 학산문화사, 2005.
 [9] SQUARE ENIX, *鋼の錬金術師 Extra No.2*, 2004.
 [10] SQUARE ENIX, *Special Edition 강철의 연금술사* 학산문화사, 2004.
 [11] <http://www.aniontv.com/>
 [12] http://www.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?at_code=325269
 [13] http://www.gamechosun.co.kr/site/data/html_dir/2006/04/17/20060417000018.html
 [14] <http://www.bugs.co.kr/>

이 가 영(Ga-Young Lee)

준회원



- 2006년 2월 : 경기대학교 국제대학 국제산업정보학과 조교
- 2006년 2월 : 경기대학교 미술·디자인대학원 디지털미디어 전공 재학

<관심분야> : 영상디자인, 애니메이션

저자 소개

박 윤 성(Yoon-Sung Park)

정회원



- 1995년 5월 : Pratt Institute, BFA
- 1997년 5월 : William Paterson Univ., MFA
- 현재 : 경기대학교 예술대학 시각디자인전공 교수

<관심분야> : 영상디자인, 애니메이션, 게임, 캐릭터

김 혜 성(Hye-Sung Kim)

정회원



- 1999년 5월 : Pratt Institute, MFA
- 2001년 5월 ~ 2004년 7월 : (주)오콘
- 2005년 3월 ~ 현재 : 평택대학교 전임강사

<관심분야> : 영상디자인, 애니메이션