

TV시리즈 애니메이션 <심슨가족>에 나타난 시트콤의 특성

Characteristics of Sitcom in TV Series Animation <The Simpsons>

박윤오, 김재웅
중앙대학교 첨단영상대학원 영상학과

Youn-O Park(yopa@paran.com), Jae-Woong Kim(kunstoma@yahoo.co.kr)

요약

TV시트콤 애니메이션 <심슨가족>은 동서양, 학력, 나이, 성별을 막론하고 다양한 수용자층을 확보하며 대중적인 인기를 누리고 있다. 5명의 주인공 가족과 다양한 주변인물들은 매회 등장하여 폭넓은 주제에 대해 이야기하며, 미국의 사회, 정치적 이슈가 되고 있는 무거운 주제들을 패러디를 사용하여 일반인들이 쉽게 받아들일 수 있도록 표현하고 있다. <심슨가족>이 전 세계에서 이와 같이 사랑받고 있는 이유를 시트콤 애니메이션이라는 새로운 형식의 스토리 전개방식과 캐릭터의 특징, 그 외의 재미요소들을 통해 분석하고, 이를 활용한 국내 시트콤 애니메이션의 전망을 살펴보고자 한다.

■ 중심어 : | 심슨가족 | 시트콤 애니메이션 | 스토리 |

Abstract

TV sitcom animation <The Simpsons> is a immensely popular to any religion and age, sex. The five yellow main characters and a great amount of sub characters appear to tell their broad stories every sequence. It makes people laugh using parody and pastiche with the American social subjects and political issues.

This paper examines the study of story structures for sitcom animation and main factors of the Simpsons' popularity. The case works are focused on 'The future of korean TV sitcom animation'

■ keyword : | The Simpsons | Sitcom Animation | Story |

I. 서론

1. 연구 목적

TV시리즈 애니메이션은 최소한의 제작비와 적은 인력을 투입한다는 점과 기본 제작 소스들을 일회성에 그치지 않고 반복적으로 활용할 수 있다는 장점이 있어 현재 국내 애니메이션 업체의 70% 이상이 TV시리즈 애니메이션을 기획·제작하고 있으며, 그 중 대부분이 유아용 교육 애니메이션에 전념하고 있다. 이는 20년 전

미국 애니메이션의 시장상황과 매우 흡사하다. 미국 대부분의 애니메이션 업체가 유아용 콘텐츠에 집중하는 동안 폭스(Fox)사에서는 성인을 대상으로 한 새로운 양식의 애니메이션인 <심슨가족(The Simpsons)>을 선보인다.

<심슨가족>은 전문 작가들을 처음으로 투입해서 만든 프라임 타임(prime-time) 애니메이션으로 전 세계적으로 성공을 이루었다. 이 작품은 많은 해외 연구서 및 논문에서 미국 가족사회를 표방한 시트콤 형식에 그

기반을 두고 있다고 분석되고 있다. 본 논문에서는 미국의 시트콤과 TV 애니메이션 <심슨가족>의 전 세계적 흥행요인을 구체적으로 살펴보고 일률적인 포맷으로 인해 정체기를 맞고 있는 국내 TV 애니메이션 시장에 도움이 될 만한 새로운 포맷을 제시해 보고자 한다.

미국, 유럽 등지의 해외기업들과의 합작에 있어 타협되지 않는 부분인 타겟(target) 설정, 스토리 완성도, 유머(humor) 개발에서의 해외 독점권에 대항할 수 있도록 국내 기획자들의 시트콤 애니메이션에 대한 이해도를 높이고, 모든 연령이 시청 가능한 TV 프로그램으로서의 구조적 확장을 기대한다.

2. 연구의 범위와 방법

TV시트콤과 TV시리즈 애니메이션의 공통점은 텔레비전이라는 매체를 통해 관객들에게 보여진다는 점이다. TV매체는 특성상 광고주와 시청자(수용자)들에 많은 부분 의존한다. 이런 TV 프로그램들은 80년대 이후, 등장인물들의 끊임없는 관계 속에서 수많은 복선구조를 통해 복합적인 감성을 형성하던 선형적 스토리구조는 소멸되어 가고, 공격적이고 과격한 액션과 급격한 감정변화 등의 단기간에 결말을 맺는 구조와 여러 단계로 격상되어가는 캐릭터 중심의 비선형적 스토리구조가 만화스토리라인의 주요한 패러다임으로 형성된다. 이는 수용자로 하여금 끊임없는 호기심을 유발시켜, 지속적인 수요가 유지되도록 시청동기를 유발한다는 것이다[1].

<심슨가족>은 다른 TV시리즈 애니메이션과는 달리 선형적이나 비선형적인 스토리구조로 특정 지을 수 없다. 이 작품은 매 회마다의 스토리 연결성이 전혀 없는 리셋(Reset)형 스토리 구조를 취하고 있다. 매 회 새로운 주제, 이야기들로 시작하는 이 구조는 등장 캐릭터들의 오리지널리티(Originality)를 저해하는 요소로 작용하기도 한다. 리셋형 스토리구조가 등장인물의 작품속 역사성을 무시하여 캐릭터의 오리지널리티를 저해하는데도 불구하고, <심슨가족>이 인기 있는 이유를 스토리적 접근을 통해 알아보고 그 독창적인 재미요소를 연구해 보고자 한다.

지금까지 국내에서 연구된 <심슨가족> 관련 논문으

로는 세종대학교 임정희가 쓴 [심슨가족 애니메이션의 포스트모던 패러디], [포스트모더니즘 시각으로 바라본 심슨가족 애니메이션 분석]만이 존재한다. 이는 <심슨가족>을 포스트모더니즘과 결부시켜서 이야기하는데 주력하고 있어 전반적인 논의를 위해서는 좀 더 많은 연구가 수행되어야 할 것이라고 생각된다. 해외에서는 <심슨가족>의 10년 이상 지속되는 폭발적인 인기에 수많은 학자, 업계 종사자들이 그 독창적인 작품성에 대해 꾸준히 연구하고 있으며, 그 인기비결을 통해 새로운 랜드마크를 제시하고 있다.

본 논문에서는 미국 TV시트콤에서 파생된 TV시트콤 애니메이션인 <심슨가족>의 사회적 등장배경에 대해서 먼저 알아보고, <심슨가족>에만 나타나는 독특한 캐릭터들의 특징, 게임 형식의 리셋형 스토리 구조를 토대로 <심슨가족>의 인기요인에 대해 알아볼 것이다.

II. TV시트콤 애니메이션의 등장 배경

1. 미국 TV시트콤의 발전

TV시트콤(sitcom)은 시추에이션 코미디(situation comedy)의 줄임말로, 고정된 등장인물과 세트를 중심으로 30분 내외의 짧은 내러티브를 가진 텔레비전 코미디 연속물이다.

서구의 시트콤은 기본적으로 라디오에서 출발하였다. 영국의 시트콤은 뮤직홀(music hall)이나 버라이어티쇼(variety show)에 뿌리를 둔 라디오 코미디에서 출발하였고, 미국의 시트콤은 상품을 팔기 위해 청취자들을 유인하도록 창안된 주간 드라마 시리즈인 라디오 '솅오페라(soap opera)'에서 발전하였다. 이는 세계 2차 대전 이후 텔레비전에 있어 상업적인 필요성이 대두되면서 그것을 충족시킬 프로그램들이 필요하게 된 상황에서 도래하였다[2].

1950년대 초기는 미국의 정치·사회적 격동기로 이 시기의 시트콤은 정치적인 견제가 매우 심하였다. 이에 대부분의 시트콤은 논란의 여지를 최소화할 수 있는 도덕적 가족생활상을 반영하는 것에 그 가치를 두어 제작된다. 또한 텔레비전을 통한 광고수익이 최고에 달했던

때로 광고주들은 안정적인 수익을 보장받을 수 있는 콘텐츠를 요구하기 시작하였다.

가족시트콤은 대중문화 속 핵가족에 대한 독특한 우화양식을 도입하였다. 그러나 가족구성원 중 어느 한 명도 유기, 기아, 성적학대 등의 불행한 상황에 처하지 않도록 장치하였으며, 모든 에피소드는 간단한 문제로 인해 발생되어 쉽게 해결하도록 구성하였다. 가족시트콤이 대중들의 많은 인기를 얻게 되자 다른 프로그램들은 점차 사라지게 된다. 이 시기의 TV 프로그램들은 소수의 리더가 아닌 다수의 일반인들의 사고와 모습들을 반영해야만 하였다.

1960년대 초기에는 도덕적인 가족시트콤에 식상함을 느껴 매직콤(magicom)이 등장하게 된다. 매직콤은 가족구성원 중의 하나로서 괴물, 귀신, 동물, 로봇 등의 판타지한 캐릭터가 등장하게 된다. 예를 들면, <마녀(bewitched)>, <아담스패밀리(the addams family)>, <미스터 ED(mister ED)>등으로 가족시트콤에 약간의 유희성을 추가하여 만든 이상적 가족상을 제시한다. 이 시기는 젊은 시청자들의 의견을 반영해야만 TV프로그램의 인기와 시청률을 보장받을 수 있었다. 그들에 의해 간단한 유머 위주였던 콘텐츠들이 정치, 사회적인 이슈로 옮겨갔다.

1960년대 후반까지는 보수적인 성향의 TV 프로그램으로 인해 영화, 소설과 마찬가지로 정치적인 풍자가 불가능하였다. 그러나 1970년대에 들어서면서부터 정치적 메시지를 코미디로 표현하기 시작하였다.

1970년대 초반 방송 관계자들은 시트콤 속 캐릭터들을 가상인물이 아닌 현실에 바탕을 둔 캐릭터로 바꾼다면 문화적 연계성을 더욱 확립할 수 있다고 믿었다. 헐리웃 작가 겸 프로듀서인 노먼 리어(norman lear)의 <all in the family>는 편견이 심한 남자 주인공이 자유로운 성향의 사위와 한 집에서 사는 이야기로 다른 프로그램에 비해 리얼리티가 매우 강하였다. 이전의 <배트맨>과 같은 가상 캐릭터를 다룬 내용이 아닌 시청자들과 함께 생활하고 있는 이웃 가족의 이야기를 다룬 첫 리얼리티 시트콤이었다. 이 작품은 이전에 없던 주제들을 표현하는데 있어 주인공인 아치(archie)의 잘못된 논법을 해학적으로 표현하고 있다. 예를 들면, 아치

는 마이크(mike: archie의 사위)의 친구가 여성스러운 옷차림, 말투, 태도를 취한다고 하여 동성애자로 오해를 하며 무시를 하지만, 결국에는 자신의 10년 지기 친구이자 건장한 체격의 축구선수가 동성애자였던 것을 알게 된다. 아치는 자주 동성애, 스페인계 미국인, 흑인, 유대인들을 멸시하는 단어들 사용하지만 그 특유의 어조로 인해 다양한 인종의 시청자들이 유머로서 받아들여지게 하였다. <all in the family>는 TV매체를 통한 사회비판의 가능성을 입증해보였으며 베이비붐 세대를 이해하고 대변해주었다. 그 이후에는 TV에서 금기시되던 여성문제인 낙태, 폐경, 알코올 중독 등의 내용을 시트콤에 포함시키면서 점차 주제의 경계를 무너뜨렸다.

1970년대 중반, 사회 비판적 시트콤들이 주춤하게 되자 다시 이전의 패턴으로 돌아가게 된다. 교훈적인 가족이야기, 매직콤, 이주가족 이야기들로 구성되어 더 이상의 새로운 스타일을 제시하지 못하고 있었다. 이 때 NBC에서 뉴욕의 현재를 보여주고자 영화, 드라마, 뮤지컬 등 다양한 분야의 게스트들을 초대하여 밤 11시 30분에 진행되는 버라이어티쇼 <saturday night live>를 만들게 된다. 방송규제를 완화시켜 자극적인 이야기들과 비속어, 패러디들을 내보낸다. 이 쇼는 하버드대 출신의 작가들을 많이 보유하고 있었으며, 그 후 그들은 대부분 <심슨가족>의 작가로 유입되었다.

시트콤 속 미국 가족의 탈신비화는 1980년대에도 계속해서 이어진다.

표 1. 연도별 시트콤 형식 및 내용

연도별	형식	내용
1950년대	도덕적 가족시트콤	일반 가족들의 생활상 부분문제, 부모와 자식사이의 세대차
1960년대	매직콤(Magicom)	판타지한 캐릭터의 등장
1970년대	사회비판적 시트콤	여성문제, 동성애, 정치적 풍자 등

2. TV시트콤 애니메이션 심슨의 탄생

1986년 폭스(Fox TV)사는 NBC, CBS, ABC 방송사에서 전혀 볼 수 없었던 아주 독특한 프로그램을 만들어 낸다. 폭스 사는 전체 등급을 목표로 한다면 3사

(NBC, CBS, ABC)를 상대로 아무런 승산이 없다고 판단하고, 60년대 ABC사의 전략을 도입하여 주 타겟층은 18세~49세로 정한다. 그리고 70년대 노먼 리어와 함께 활동하던 브룩스(Brooks)를 채용한다. 이렇게 만든 폭스사의 첫 프로그램이 <트레이시 쇼(The Tracy Ullman Show)>이다. 브룩스는 젊은 층을 공략하기 위한 방법으로 만화가인 맷 그로닝(Matt Groening)을 불러 시트콤, 버라이어티쇼와 애니메이션을 혼합한 새로운 형식의 프로그램을 고안하도록 한다.

1990년대 중반 이후 텔레비전 프로그램에 있어 장르 혼합(genre blending) 현상은 두드러지게 나타난다. 90년대 후반에 들어오면서 폭스 사는 <심슨가족>, <킹오브더 힐(King of the Hill)>, <The PJs>, <패밀리가이(Family Guy)>, <퓨처라마(Futurama)>등 5편의 시트콤 애니메이션을 제작, 방영한다.

III. 심슨에 나타난 시트콤의 특징

드림웍스와 디즈니가 어린이만을 위한 애니메이션에 주력해오던 동안 폭스사에서는 저 연령층에서 벗어나 성인도 함께 즐길 수 있는 애니메이션인 <심슨가족>을 성공시킨다. <심슨가족>은 만화가인 맷 그로닝이 처음으로 제작한 TV시리즈 애니메이션으로, 미국에서는 매주 한 편씩 폭스 TV를 통해 방영 중이다. 1999년 12월 31일 발행된 타임지(Time)는 <심슨가족>을 20세기 최고의 텔레비전 시리즈물로 선정하였으며 할리우드의 명예의 전당에 올렸다.

1. 개성적인 캐릭터

미국의 연예잡지 엔터테인먼트 '위클리'가 지난 20년 동안 영화와 TV에 등장한 '톱 100 캐릭터'를 설문조사한 결과, <심슨가족>의 아버지 역할인 '호머 심슨'이 '해리포터'를 제치고 최고의 캐릭터로 뽑혔다. 호머 심슨은 도넛과 피자, TV에 열광하는 미국인의 전형적인 모습이다. "한번이라도 '옳은 줄'에 서고 싶어"라고 말하는 호머는 치열한 경쟁 속에서 승자만이 각광받는 미국의 한편에서 자본주의 사회의 낙오자로 묘사되기도

한다[3]. 이처럼 <심슨가족>에 등장하는 캐릭터들은 사회를 비판하기 위한 매개로써 결함을 하나씩 안고 있다. 이는 기존의 애니메이션에 등장하는 완벽에 가까운 영웅 캐릭터에 대한 동경보다는 대중과 소통하기에 친근한 설정이라는 점에서 기존의 설정방식을 탈피하고 있다. 외로운 노인 아브라함 심슨(Abraham Simpson: 호머 심슨의 아버지), 항상 술에 만취해 있는 바니 검블(Barney Gumble), 방임된 아이 넬슨 먼츠(Nelson Muntz) 등은 우리가 살아가는 세상의 다양한 이웃들을 상징하고 있다. 위키피디아(Wikipedia.org)에 따르면 실제 100가지가 넘는 캐릭터들이 이 작품 속에 등장한다고 한다. 드라마에서는 남녀 주인공에게만 주요 역할이 한정되지만 시트콤에서는 모든 캐릭터들이 개별 에피소드의 주인공이 될 수 있다. 다양한 캐릭터를 중심 인물로 내세우면, 애니메이션의 내재적인 측면에서 TV 시리즈의 경우에는 다양한 이야기의 구성이 보다 용이하다는 이점이 있다. 뿐만 아니라 다수의 중심 캐릭터는 한 명의 중심 캐릭터보다 향유자들의 다양한 취향을 수납할 수 있기 때문에 대중성 확보가 보다 용이해진다 [4].

<심슨가족>은 일반적인 가족시트콤 형식에서 벗어나 특별한 타입의 핵가족들을 보여주고 있다. 이혼녀, 이혼남, 양부 등 TV매체를 통해 가족문제를 신랄하게 비판하고 있다. 혹자는 이 작품을 안티 가족시트콤(Anti-family sitcoms)이라고 한다. 이 작품에 등장하는 가족의 개념은 일반 시트콤에 등장하는 중산층 가정과는 거리가 멀다. 무능력한 아버지상의 표본 호머(Homer)를 가장으로 둔 <심슨가족>의 모습은 현실의 아버지와 가족 간의 슬픈 모습을 투영해 보여주며 극도로 결핍된 타인에 대한 배려는 애정결핍에 해당된다. 그런 아버지 밑에서 공부, 사회, 환경, 정치 등 세상 전반에 관심이 많은 딸 리사와 말쑥꾸러기 아들 바트는 아버지와의 관계에서 항상 사고를 일으킨다. 바트가 아버지인 호머에게 충을 쏘거나 발로 밟는 장면, 딸 리사가 부모나 조부모를 무시하는 행동들도 일반 가족시트콤에서는 볼 수 없는 장면이다.

이렇듯 <심슨가족>은 일반 가족의 개념을 완전히 전복시킨다. 시청자들은 시청물이 계속 상승함에 따라 사

회에 만연한 표준 가치를 다른 것과 대체하고자하는 기대심리를 갖게 된다. <심슨가족>은 시트콤의 역사와 기술을 도입해 현대 가족상을 다른 시각에서 바라보고 있는 사회비판적 애니메이션이다.

<심슨가족>은 어린이층을 공략하기 위해 밝은 색감, 코믹한 캐릭터, 슬랩스틱을 활용하여, 전 세계의 다양한 인종들을 대상으로 매 에피소드마다 그들의 문화적 산물들을 압축하여 소개한다.

철학적 심슨 코미디 분석 책에 따르면 등장 캐릭터들은 '아리스토텔레스성 도덕윤리'에 기반을 두는 캐릭터 견지면을 갖고 있다고 한다. 호머의 생애란 선망스러운 캐릭터의 성격이라고 하며, 인용문에서는, "...왜냐하면 대중들은 호머의 익살스러움과 부도덕적인 모습만을 주로 보고 싶어 하기 때문이다. (...) 그는 도덕적으로 옳지 않은 캐릭터이지만 타인을 선입견으로 판단하지 않고 자신의 건강에 전혀 무심한 것을 감안할 때 그는 대중들이 '되고 싶은' 인물이라고 정의할 순 없으나, 특정 성격은 분명 선망의 대상이 되며, 이로 인해 대중들은 애니메이션 속의 '호머'와 '현대사회의 호머심슨들'을 마음속으로 열망하게 만든다."고 하였다[5].



그림 1. <심슨가족> 캐릭터의 초기디자인과 최신디자인

2. 리셋(Reset)형 스토리

연속드라마가 시간의 전개에 따라 의미를 부여하는 발전적인 내러티브의 성향을 가진다면 시트콤은 다양한 분열과 위기, 불안정과 안정을 반복해가며 상황의 재친숙화(Refamiliarizing)를 요구하는 닫힌 내러티브 형식을 취한다. 드라마는 각 에피소드 별로 45분 이상의 충분한 시간 안에서 인물간의 관계나 내용을 전달 발전시켜나간다. 반대로 TV시트콤이나 TV시리즈 애니메이션은 20여분이라는 짧은 시간 안에 매우 다양한 인물들의 관계, 내용들을 구성하여 시청자들을 몰입시

켜야 한다. 이에 캐릭터들 간의 끊임없는 상황들로 구성된 개별 에피소드들과 매번 극한 상황에 처해져 발생하는 코믹한 이야기들로 구성된다. 이처럼 시트콤 속 캐릭터들은 파편화된 이야기를 할 수 있는 장점이 있다.

<심슨가족>에 나타난 스토리적 특징은 첫 번째, 에피소드식 구성방식이다. 앞에서 살펴본 바와 같이 미국에서는 1950년대부터 한국에서는 1990년대에 들어서 시트콤이 유행하기 시작하면서, 한정된 공간과 인물을 토대로 각 회의 스토리들이 완결되는 가운데 유기적으로 이어지는 에피소드식 구성방식이 구축된다. 보통 한 시즌 당 20여 개의 에피소드로 구성되어 있다. 각각의 에피소드는 한 회에서 사건이 해결되는 것이 대부분이다.

게임 서사학자 마이클 마티아스(Michael Mateas)에 따르면, 게임 서사의 요건은 '하나의 행동을 유발할 수 있는 짧은 에피소드 형식'이라고 한다. 이때 각 에피소드는 15분~20분 내에 완결되는 극적 이야기로, 이 20분이라는 시간은 게임 플레이어가 감정적으로 최대한 몰두할 수 있는 시간이다[6].

<심슨가족>의 스토리라인은 불규칙한 구조와 해제된 내러티브를 초래한다. 처음 5분~10분 정도에는 주제와 전혀 무관한 내용이 펼쳐진다. 수많은 탈선과 접선(tangent)으로 주제와 무관한 이야기들을 스토리 사이에 위치시켜 말참견을 하기도하고 플롯의 흐름을 바꿔가며 스토리를 풍부하게 한다. 22분이라는 짧은 시간 안에서 여러 개의 단편 스토리들이 나열된 구조이다. 1분짜리 22개의 단편들로 이뤄진 형식을 취하고 있는 에피소드도 실제 존재하며 이 에피소드에서는 스프링 필드(Springfield)에서 동시간대에 일어나는 다양한 사건들을 보여준다. 전당포 주인이 뱀을 잡는 동안, 아푸(Apu)가 데이트를 하고, 스미더(Mr. Smither)가 벌에 쏘여 거의 죽어가는 동안, 위검(Wiggum)은 인질에 잡히는 등, 하나의 에피소드에 다양한 미니플롯이 합쳐진, 드라마와 같은 다른 장르에는 없는 심슨만이 가지고 있는 내러티브 구조이다.

두 번째 심슨은 계속해서 리셋되는 스토리의 특징을 갖고 있다. 이튼(Eaton)의 노트에 의한 '실존적 순환 고

리'와 같이 변화가 거의 없더라도 시작할 때는 많은 변화를, 엔딩 부분에는 변화를 적게 리드하여 매 에피소드마다 캐릭터들이 모두 처음으로 돌아가며 새로운 주제를 소개한다. 우연하게 주인공과 주변 인물들의 관계성은 남아있을 수 있지만, 한두 마디의 대사를 했던 주변 인물들을 재등장시키거나 관계를 발전시키는 경우는 극히 드물다. 한 에피소드에서 죽었던 인물이 다음 에피소드에선 살아서 등장하기도 하고, 한 에피소드 내에서 여러 번 죽었다가 살아나기를 반복하기도 한다. 연결성이 전혀 없는 스토리 형식의 '시트콤 게임'이라고 볼 수 있다.

게임 안에 스토리 개념을 처음 도입한 것은 1981년 일본 닌텐도사의 아케이트 게임 <동키콩(Donkey kong)>이다. 스토리 자체의 목적이 아닌 게임 진행 시 흥미를 돋우기 위해 도입되었다. 따라서 각 스테이지마다 전개되는 이야기들은 반드시 개연성을 가질 필요가 없었다. 내적 완결성과 폐쇄성을 그 특징으로 하는 선형적 스토리텔링이 아닌 이야기간의 느슨한 연결을 특징으로 하는 비선형적 스토리텔링이다.

아리스토텔레스의 고전 극 이론을 계승하여 근대에 확립된 스토리텔링 방식이 소위 '프라이타그의 피라밋(Freytag's Pyramid)'이라 불리는 선형 클라이막스 구조이다. 이는 발단-전개-절정-결말의 단계를 상승, 하강의 도표로 나타낸 것으로 오늘날 우리들이 소위 대중적인 이야기를 쓰려고 할 때 반드시 따라야 하는 소설 창작기술로 자리 잡게 되었다[7].

심슨은 시트콤의 일반적인 결말처리 방식이었던 해피엔딩이나 인과응보 형식을 과감히 탈피한 구조를 취한다. TV시트콤이 습관적으로 테우스 엑스 마키나(Deus ex Machina: 고대 그리스극에서 자주 사용하던 극작술(劇作術)로 초자연적인 힘을 이용하여 극의 긴박한 국면을 타개하고, 이를 결말로 이끌어가는 수법이다.) 결말에 의지한다면 심슨은 그런 상황에서 아무런 해결방법을 제시하지 않은 채로 끝나기도 한다[8].

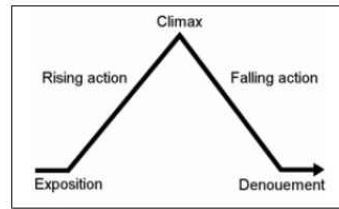


그림 2. 프라이타그의 피라밋: 선형 스토리 구조

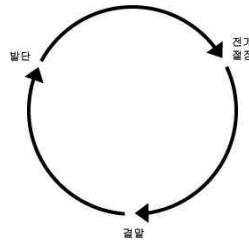


그림 3. 심슨의 타임 랩: 리셋형 스토리 구조

그로트(Grote)에 의하면 TV시트콤에는 각각의 에피소드가 서로 어떠한 영향도 주지 않는 타임 랩(Time-warp)에 존재한다고 한다[9]. 불시에 어떤 충동적인 사건이 일어나더라도 타임 랩 안에서는 시청자들의 거부감이 없다. 심슨에서는 실제 시간과 극 중 시간 개념을 오가며 이야기를 진행해나가는 데 예를 들면 11시즌 7편 <Eight Misbehavin>에서는 아이를 낳으려고 고생하는 아푸(Apu)부부의 이야기를 한다. 에피소드가 시작하자마자 아푸 부인이 임신을 하게 되며, 임신 9달에 대한 아무런 설명 없이 8 쌍둥이를 낳게 된다. 한 에피소드 안에 1년이라는 시간이 존재하고 있다. 또한 심슨의 캐릭터들은 그들이 지내온 역사에 해당하는 시간에 대한 기록을 삭제한다. 호머는 자신이 간 이식수술을 했던 사건을 자주 잊고, 번(Mr. Burn)은 스미더(Mr. Smither)가 자신의 비서였던 사실을 자주 잊는다. 이렇듯 심슨은 특정 시간성에 어떠한 구애를 받지 않는 애니메이션으로 에피소드를 위해 필요한 사건이 있다면 어떠한 방법으로도 그 주변에 일어나게끔 장치하고 있다.

심슨의 시청 등급은 15세 이상 관람가로서 어린이들을 위한 만화가 아니다. 심슨의 제작자들이 이 작품을 통해 보여주하고자 했던 것은 도덕적 권위가 우리 마음

속 최대의 흥밋거리가 더 이상 아니라는 점과 관객들이 가지고 있는 자신만의 세계를 다시 생각해보게끔 하는 것이다. 이야기는 지극히 따분해 보이는 교실에서 시작되어 게이들의 결혼과 같은 전혀 예측할 수 없는 상황으로 끝을 맺는다. 심슨은 사회의 이질성을 대표하는 다양한 성문제, 민족성, 사회 경제적인 문제를 모두 포괄하는 동시대의 대중의식이 탈중심화된 포스트모더니즘의 형태이다[10].

<심슨가족>의 프로듀서 마고 펄킨은 “심슨은 한국 사람들이 절대 이해할 수 없을 것이다. 이것은 미국 사람들만이 즐길 수 있는 전형적인 미국 코미디물이다.”고 말하였다. 이는 심슨이 미국 사회적, 정치적인 이슈를 바탕으로 주된 내용이 구성되기 때문이다. 그러나 그 작품에서 보여 지는 유머는 세계적으로 통하였으며, 국내에서도 특수 마니아층을 형성하고 있다.

코난(Conan O'Brien)은 <심슨가족>의 창작과정을 16명의 작가들이 팀을 이루어 한 페이지씩 1시간에 걸쳐 검토한 다음, 1주일 후에 다음 대본의 초안을 끝낸 후 이전 대본을 다시 꺼내어 검토한다고 한다. 이는 매주마다 바뀌는 수용자들의 성향을 작품에 반영하기 위한 작업으로 실제 TV방영 직전까지 이 과정을 되풀이하였다고 한다. 애니메이션이 완료가 된 후에 대사만 바꾸어 녹음한 경우도 있다고 한다. 작가 맷 그로닝은 ‘우리는 예전에 없던 새로운 유머들을 창조하기에 시청자들의 모든 이해를 바라지 않는다. 우리는 아이들이 이해할 수 없는 농담도 작품 속에 자주 넣는다. 그들이 성인이 되어 다시 심슨을 볼 때는 그들의 축적된 지식과 경험을 바탕으로 전혀 다른 느낌을 받을 수 있을 것으로 기대한다.’고 한다. 심슨에는 시청자들이 웃어야 하는 포인트에 재미요소를 장치하기 보다는 많은 부분을 시청자들에게 맡기고 있다.

3. 패러디와 패스티쉬

TV시트콤 애니메이션은 ‘잼핑(수시로 채널을 바꾸는 것)’을 하는 시청자가 많은 TV특성상 잠깐 손가락을 멈춘 사이에 재밌는 장면이 나오지 않으면 금세 외면당한다. 시트콤 작가들은 1분에 적어도 한 번은 코믹요소를 장치한다. 심슨의 프로듀서들은 실제 코미디의 감성

을 그대로 애니메이션에 적용하고자 하였다. 이것은 일반 카툰에서 사용되는 것과는 다른 유머감각을 요구하였는데, 초기에는 프로듀서들이 원하던 유머감각과 일반 카툰식 유머 사이의 큰 간격을 좁히는데 많은 시간을 할애하였다. 심슨은 시청자들의 잼핑 방지를 위해 패러디(Parody)와 패스티쉬(Pastiche)와 같은 코미디요소를 자주 활용하고 있다.

패러디(Parody)는 다른 것을 약간 변형하여 본떠서 작품에 활용하는 기법으로 표절과는 달리 그 활용도에 따라 작품의 질을 높일 수 있다. 드림웍스의 <슈렉>은 <잠자는 숲 속의 공주>와 <미녀와 야수>의 스토리를 패러디하고 있으며 현재 많은 애니메이션 작품들이 패러디를 통한 웃음을 활용하고 있다.

닐(Neale)에 따르면 ‘패러디는 그 본연의 기술, 방법이지 어떠한 형식이나 구조가 아니다. 장르라기보다는 스타일에 가깝다. 장르가 의미나 문법이 있다면 패러디는 코믹과 풍자로 완성된다[11].

패스티쉬(Pastiche)는 패러디처럼 특이하거나 독특한 새로운 스타일의 모방이며, 언어의 가면을 쓰고 죽은 언어로 말하는 것이다. 그러나 그것은 패러디가 가진 이면의 동기 없이, 풍자되지 않은 비정상적 언어로서 아무런 신념과 웃음 없이 나타나는 중립적인 표현이다. 그래서 패스티쉬는 비어있는 패러디(Blank parody)라고 한다[12]. 패스티쉬는 이미 친숙한 이미지를 재배열-재구성-재활용하는 것이기 때문에 새로운 텍스트를 생산하는 노력을 절감하게 해준다. 디즈니가 설화와 동화에서 도출한 패스티쉬를 사용한다면 폭스사는 미국 대중문화를 대표하는 할리우드 영화로부터 패스티쉬를 도출해낸다.

호머 심슨이 자주 말하는 말버릇으로 아뻐사, 아차라는 뜻의 ‘D’oh나 ‘우훗’, ‘우어러어어업’과 ‘또웁’도 심슨이 생산한 신조어이다. 단어 ‘D’oh는 1998년에 최초로 옥스퍼드 신영어사전에 실렸으며, ‘명칭하거나 우둔한 것으로 지각되어진 한 행동에 대하여 평하기 위해 사용됨’이라고 감탄사로서 정의되어있다.

심슨은 두 가지 방법으로 스타시시스템을 지향한다. 첫 번째는 프로그램 안에 또 다른 TV의 세계를 만든 것이다. 오프닝부분에 심슨가족이 쇼파에 앉아서 TV를 시

칭하는 것을 시작으로 타블로이드 뉴스 앵커인 켄트 브록맨(Kent Brockman), 스페인 시트콤, Clown과 Krusty에 의해 제작되는 프로그램 <Itchy and Scratchy>는 심슨 속 TV에 등장한다. 두 번째는 실제 헐리웃 스타들이 패러디된 자신의 캐릭터를 위해 목소리대빙을 한다는 점이다.

심슨의 21시즌 1편은 방영 당시 버거킹의 캐치프레이즈인 'Home of the whopper'를 패러디하여 'Homer the whopper'로 제목을 붙였다. 또 18시즌 11편은 바트의 이름을 넣어 'Bartman begins'라는 제목을 붙여 영화 <배트맨 Batman>을 패러디하였다. 이렇듯 심슨에서 패러디와 패스티쉬는 없어서는 안 될 부분으로 단순한 웃음을 유발하기위해서 쓰이기도 하지만, 정치·사회적인 문제점을 코믹한 상황으로 표현하여 시청자들의 거부감을 최소화 하는 부분이기도 하다.

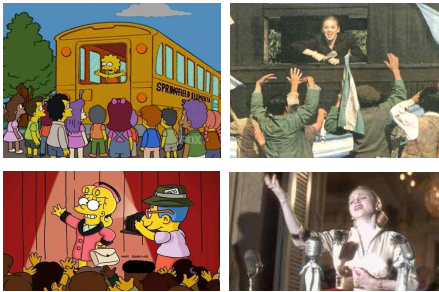


그림 4. <에비타 Evita> 패러디: 15시즌 3편



그림 5. 애플(Apple)사 패러디: 20시즌 7편

15시즌의 3편 <The President Wore Pearls>은 마돈나 주연의 영화 <에비타 Evita>를 패러디하여 전교회

장이 되고 싶은 리사가 겉모습만 치장하며 정치인과 같은 모습을 풍자한 에피소드로 유명하다.

장르가 텍스트의 형식과 내용뿐만이 아닌 산업과 제도, 수용자의 상호작용 속에서 형성된다는 닐(Neale)의 주장은 산업이 장르 형성에 어떠한 영향을 미치는지 그리고 수용자는 어떻게 특정 장르를 통해서 즐거움을 얻는지에 관한 통찰을 제공해준다. 따라서 장르의 문제를 논의하기 위해서는 텍스트의 수준, 수용자의 기대지평, 산업의 요구라는 세 가지 측면을 고려해야 한다[13]. 닐은 텍스트 수준과 관련하여 장르를 과정으로 인식한다. 장르는 반복과 유사성을 통해서 형성되는 것이지만, 근본적으로 차이(Difference), 변형(Variation), 변화(Change)로 특징지어 진다는 것이다[14]. 이렇듯 장르는 고정되어 있는 것이 아니라 산업과 수용자의 욕구, 내재적 발전, 시대적 역할 등에 따라서 끊임없이 변화한다.

대중적 수용자들은 모두 다양한 수준의 기호학적 생산성을 가지고 있다. 즉, 문화 산업의 산물들에서 자신의 사회 상황에 알맞은 의미와 즐거움을 생산해낸다.

팬들은 자체의 생산 및 분배 체계를 가진 팬문화를 창출함으로써, 문화 산업의 영역 밖에서, 하지만 여러 특성을 공유하는 '그림자 문화 경제'라 부를만한 것을 형성시킨다[15].

대부분의 영화가 1년 단위로 제작된다면, TV는 1주일 단위로 제작된다. 심슨은 이러한 TV매체의 특성을 이용해 시청자들에게 실시간으로 현시대의 사회적, 문화적인 감성을 전달하고 공유하게 만든다.

애니메이션은 다른 매체에 비해 대중들로부터 많은 질타를 받지 않는다. 실제 인물의 거짓 행동을 만화 형식을 빌어 표현하면 대중들의 거부감은 최소화된다. 심슨이 실사영화로 만들어져 실존인물들이 등장한다면 대중들은 강한 거부감을 느낄 수 있으나 애니메이션 속 캐릭터들의 과장된 표현들은 대중들이 편안하게 받아들인다. 예를 들면 심슨에 자주 등장하는 TV프로그램인 톱과 제리를 패러디한 <Itchy and Scratchy>는 진기감전, 죽음, 목 베기 등 매우 잔혹하게 묘사되어 있다. 이것이 실사영화로 표현되었다면 매우 잔학해 보였을 것이나, 만화에서는 한 페이지에 그려 넣은 붉은 색감

에 불과할 것이라는 가정으로 덜 잔혹해 보이는 것이다. 이처럼 심슨은 실사영화가 안고 있는 한계점을 극복하고자 애니메이션 표현 방식을 작품 전체에 광범위하게 사용하고 있다.

V. 결론

오늘날 시트콤은 미국적 특성과 역사를 가진 프로그램 양식으로 전 세계에서 가장 인기 있는 프로그램 양식의 하나이다. 이는 단지 미국의 해외수출품으로서의 존재를 넘어 각 나라가 자체의 시트콤의 제작을 시도하는 글로벌 장르의 모습을 갖추어 나간다.

한국의 시청자들은 대부분 수입된 미국 시트콤을 통해 그 장르를 접해왔으며, 한국에서 처음 제작된 시트콤은 미국의 가족 시트콤 <코스비 가족(The Cosby Show)>을 모방하여 만든 <오박사네 사람들>이다. 미국식 포맷의 한국시트콤 또한 방송사들의 새로운 경쟁구도 속의 상업적, 경제적 요구로 등장하게 되었다. 1990년대 초에 개국한 민영방송 SBS는 KBS와 MBC에 비해 제작여건과 인적자원에 있어 취약하였고, 이에 시청률 경쟁의 돌파구로 시트콤이라는 포맷을 도입하게 되었다.

시트콤 애니메이션의 인기가 갑자기 높아진 이유는 시청자와 제작자 모두 전통적인 방식의 시트콤에 싫증을 느끼게 되면서이다. 래리 찰스(Larry Charles)는 “4대의 카메라로 진행되는 시트콤 촬영 방식에 대해 사람들이 거부감을 느끼고 있다. 진부한 대사가 난무하는 시트콤에 비해 시청자들의 수준은 한 발 앞서 있다. 시청자들은 깜짝 놀랄 만한 그러나 매우 자연스러운 새로운 포맷을 원하고 있다.”고 말한다[16]. 이러한 견해를 반영이라도 하듯 방송사들은 새로운 포맷을 선보이고 있다. 폭스사가 인기리에 방송했던 <엘리 맥빌(Ally McBeal)>은 코미디와 드라마가 혼합된 장르이며 ABC의 <스포츠 나이트(Sports Night)>는 1대의 카메라로만 촬영한 코미디물이다.

애니메이션은 TV 작가들에게 가장 창조적인 자유를 제공하였는데 지금까지 포맷의 제약받을 수밖에 없었

던 상상의 나래를 마음껏 펼칠 수 있게 만들었다.

애니메이션은 ‘의식의 흐름’을 가능하게 만든다. 시트콤을 애니메이션으로 제작함으로써, 초현실적인 상황도 얼마든지 수용할 수 있게 된다. 시트콤 애니메이션이 지닌 특성과 이 포맷을 즐기는 시청 세대를 감안해 볼 때, 시간이 지날수록 그 위력이 커질 것은 분명하다.

현대에는 시트콤에 등장하는 주인공들보다 더 강력한 개성의 인물들이 드라마에 등장해 높은 인기를 얻고 있다. 그러나 방송계에는 다양한 콘텐츠가 필요한 만큼은 가족이 즐길 수 있는 한국형 시트콤의 개발이 필요하다. 해외의 유명 콘텐츠 형식을 그대로 표절하여 20~30년 후에 국내에 수입되었던 것이, 오늘날에는 해외에서 만들어지는 즉시 국내에 수입되어 방영되고 있다. 미국 TV시트콤보다 국내시트콤은 20년 정도 늦게 활성화 되었고, 애니메이션에서는 아직 이렇다 할 시트콤애니메이션에 대한 연구조차 미진하여 산업화로 이어지지 못하고 있다.

앞서 말한 바와 같이 <심슨가족>은 시트콤과 버라이어티쇼, 애니메이션의 3요소가 복합적으로 얽혀 있다. 이에 본문에서는 <심슨가족>만이 갖고 있는 특징을 등장 캐릭터, 스토리 구조, 표현기법의 관점에서 접근해 보았다. 오늘날 많은 미디어들이 대중들과의 교감을 시도하고 있으나 성공으로 이어지지 못하고 있다. 그러나 <심슨가족>은 사회 비판적이며 엉뚱하지만 솔직한 캐릭터들의 모습을 통해 수용자들에게 현실을 바라보는 새로운 관점을 시사한다. 수용자들은 <심슨가족>의 인간적인 모습들을 통해 자신을 동일시하고 즐거움을 찾는다.

현재까지 국내에서는 ‘시트콤’을 표방한 많은 작품들이 양산되고 있다. ‘체험형 TV애니 시트콤’을 표방한 SBS의 <해치>, ‘팝업스타일 TV애니 시트콤’ <알록달록 크레용>, 삼지애니메이션의 ‘3D 코믹 시트콤’ <오드 패밀리> 등 많은 작품들이 제작되어 방영되었지만, 이렇다 할 큰 성과는 이루지 못하고 있다. 미국의 대표 TV시트콤 애니메이션인 <심슨가족>을 롤 모델로 삼은 국내 TV시트콤 애니메이션 <찌질이>가 얼마 전 첫 시사회를 가졌다. 이는 국내 대다수의 애니메이션제작 업체들이 타겟으로 삼는 유아, 아동용 콘텐츠 시장이

아닌 어른들을 위한 콘텐츠 시장을 공략한다. 이 작품이 현재 어려운 상황에 처해있는 국내 애니메이션 종사자들에게 성공적인 대안모델을 제시해 줄 수 있을지 기대가 된다.

참 고 문 헌

[1] 한창완, *저패니메이션과 디즈니메이션의 영상전략*, 한울, 2001.

[2] 하중원, “글로벌 텔레비전 장르의 지역적 생산과 변용: 한국의 시트콤의 사례를 중심으로”, 언론정보연구, 제43-2호, p.76, 2007.

[3] 김형찬, *희망의 좌표를 찾은 자기 생활의 여행*, 생각의 나무, 2001.

[4] 박기수, 애니메이션 서사 구조와 전략, 논형, 2004.

[5] William Irwin, Mark T. Conrad and Aeon J. Skoble, *The Simpsons and Philosophy: The S'ch! of Homer*, Open Court, p.303, 2001.

[6] 한혜원, *뉴미디어를 위한 성배, 상호작용성, 월간 디지털 콘텐츠*, 2005.

[7] 최수영, “에피소드형 스토리텔링: 영화와 게임의 교차점”, HCI학회, 2006.

[8] Jonathan gray, *Watching with The Simpsons - television, parody and intertextuality*, Routledge, 2006.

[9] Grote, David, *The End of Conedy: The sit-com and Comedic Teadition*, Hamden, CN, 1983.

[10] Bjorn Erlingur Floki Bjornsson, “Postmodernism and the simpsons,” Sigillum University, p.11, 2006.

[11] Jonathan gray, *Watching with The Simpsons - television, parody and intertextuality*, Routledge, 2006.

[12] Frederic Jameson, “Postmodernism or the Cultural Logic of late Capitalism,” Duke University Press, p.17, 1991.

[13] 주창윤, “텔레비전 프로그램 장르 분류기준에 관

한 연구”, 방송연구학회, p.108, 2004.

[14] S. Neal, *Questions of genre*, Screen, 1990.

[15] 박명진, *문화, 일상, 대중*, 한나래, 1996.

[16] 윤호진, *미국 프로그램 포맷의 새 경향-애니메이션 시트콤*, 한국방송영상산업진흥원, 1999.

저 자 소 개

박 윤 오 (Youn-O Park)

정회원



- 1999년 2월 : 숙명여자대학교 산업디자인학과(미술학사)
- 2002년 2월 : 캐나다 Vanarts
- 2008년 2월 : 중앙대학교 첨단영상대학원 영상예술학과(제작석사)

▪ 2009년 9월 ~ 현재 : 중앙대학교 첨단영상대학원 영상학과 박사과정

<관심분야> : 영상콘텐츠, 애니메이션, 디자인

김 재 응 (Jae-Woong Kim)

종신회원



- 1982년 2월 : 홍익대학교 서양학과(미술학사)
- 1984년 8월 : 홍익대학교 대학원 미술학 석사
- 1992년 8월 : 독일슈투트가르트 국립조형예술대학

▪ 2002년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 대학원 미술학 박사과정

▪ 2000년 8월 ~ 현재 : 중앙대학교 첨단영상대학원 영상예술학과 교수

<관심분야> : 문화콘텐츠, 교육콘텐츠, 애니메이션