

시뮬라크르 관점에서 문화컨텐츠산업의 활성화 방안에 관한 연구
-캐릭터를 중심으로-

A Study on Promotion plans of the Cultural Contents Industry
from a Perspective of Simulacre
- Focused on Characters -

주저자 : 전정숙 (Jeon-sook Jun)

한국폴리텍대학 컴퓨터애니메이션학과 부교수

공동저자 : 손영범 (Young-bum Son)

성균관대학교 예술학부 디자인학 전공 강사

1. 서 론

2. 본 론

- 2-1 장보드리야르의 시뮬라크르로의 사상적 체계
- 2-2 장보드리야르의 재현과 시뮬라크르
- 2-3 문화 콘텐츠산업에 있어서의 이미지와 시뮬라크르
- 2-4 완전한 시뮬라크르의 세계인 디즈니월드
- 2-5 한국을 대표하는 테마파크와 이를 대표하는 캐릭터에 있어서의 시뮬라시옹의 문제점
- 2-6 인격 완성체로서의 캐릭터

3. 결 론

참고문헌

(要約)

21세기 산업에서 승부처는 문화산업이다. 따라서 한국은 문화 콘텐츠산업에 많은 기대와 투자를 하고 있으며, 그 발전 가능성은 ①정보통신 인프라, ②디지털 컨버전스, ③풍부한 문화유산과 정부의 정책의지에서 엿볼 수 있다.

그러나 한국의 문화콘텐츠산업은 미국과 일본과 같이 균질화되지 않고, 부분적 고도성장을 하여 안정적이지 못하여, 단기적인 성장은 가능하나 장기적으로 지속적인 발전을 기대하기 어렵다. 따라서 이를 보다 효과적으로 문화콘텐츠산업을 활성화 방안의 하나가 장보드리야르의 시뮬라크르 이론이다.

그리고 장보드리야르가 말하는 가장 완벽한 시뮬라크르의 형태인 디즈니랜드 등을 통하여, 한국의 문화콘텐츠산업에 필요한 궁극적인 시뮬라크르를 고찰하는 것이 본 연구의 목적이다.

(Abstract)

In the 21st century, a nation's industrial success will depend on her cultural industry. Thus, Korea has been investing much in the cultural contents industry, expecting high. A nation's potential in the industrial contents industry will be determined by 1) IT infrastructure, 2) digital convergence, 3) rich cultural heritage and 4) government's effective policies. Nevertheless, our cultural contents industry is not as much homogeneous as that of the United States or Japan, but only some parts of it have grown much. So, our cultural contents industry is not very stable, which means that it would grow in a short term but not in a long term. One of the ways to promote the cultural contents industry effectively may be derived from Jean Baudrillard's theory of simulacra. The aim of this study is to review the ultimate simulacra required of our cultural contents industry, focusing on Disneyland which Jean Baudrillard emphasizes as the most perfect simulacra.

(Keyword)

Cultural content industry. simulacres. character.

1. 서론

20세기의 산업은 주로 내연기관을 이용한 대량생산을 중심으로 한 산업사회였다고 가시와기 히로시(栢木博)를 비롯한 다수 학자들의 주장과 같이 20세기 초에서 중반까지는 독일공작연맹의 무테지우스의 기능주의적 합리화, 규격화 등을 통한 대량생산과 대량분배(대량소비) 구조의 산업이 중심이었다. 이러한 산업들로부터 출하된 제품의 대부분은 사회유지를 위하거나, 인간의 생존과 문화에 관련된 하드웨어적인 디자인이었으나, 1980년대부터는 기존의 하드웨어를 이용한 소프트웨어 중심의 산업의 대두와 포스트모더니즘적 해체주의의 특성이 나타나, 1990년대는 인터넷 등의 정보통신망을 통해 촉매된 사회현상은 리얼리티의 상실, 기존의 전통의식의 붕괴, 그리고 의미의 부재와 그에 따른 문화의 다양성 등의 극명화된 포스트모더니즘의 특성은 어디에서도 찾아볼 수 있게 되었다. 그리고 2000년대에 들어서는 문화의 다양성을 이용한 문화콘텐츠산업으로 전환되는 계기가 되었다. 문화콘텐츠산업은 과거의 70년대까지의 하드웨어적인 제조업 기반의 경제(Manufacturing based Economy)에서 1980년대의 소프트웨어적 지식기반의 경제(Knowledge based Economy)로, 현재 콘텐츠기반의 경제(Content based Economy)라는 경제 흐름과 맞물려 활성화되고 있고, 한류(韓流)는 그 대표적인 예이다.

한국문화콘텐츠진흥원은 '21세기는 문화산업에서 각국의 승패가 결정될 것이며 최후 승부처가 바로 문화산업이다.'라고 인정한 것과 같이 문화콘텐츠산업¹⁾에 한국은 많은 기대와 투자를 하고 있는 실정이다. 한국 문화콘텐츠산업의 발전 가능성은 ①정보통신 인프라, ②디지털 컨버전스, ③풍부한 문화유산과 정부의 정책의지에 있다.

첫째, 정보통신 인프라는 2003년 9월 초고속통신망 가입자가 1,100만 가구로 보급률이 세계 1위, 인터넷 이용자가 3,000만 명(2003년 12월)에, 이동전화 가입자가 3,370만 명이라는 놀라운 인프라 자원을 보유하고 있다. 둘째, 디지털 컨버전스는 디지털 기술의 발전, 지상파·케이블·위성방송의 디지털화, 디지털 가전 및 홈 네트워크의 확산, 무선통신의 급부상(유비쿼터스) 등으로 정보통신 과학기술의 발전을 가져다주었다. 그리고 셋째, 풍부한 문화유산과 정부의 정책의지로 인하여 문화콘텐츠에 관련된 인력의 증가(만화·애니메이션 관련학과가 2000년 53개 과에서 2003년 132개 과로 증가, 게임 관련학과가 2001년 19개 과에서 2003년 38개 과로 증가)로 인하여 문화콘텐츠산업의 발전 가능성이 매우 높다. 그리고 2002년 세계 문화콘텐츠산업의 국가별 시장 점유율에서 한국은 1.5%이나 국가별 순위는 9위라는 영향력을 가지고 있다.[표1]

한국의 문화콘텐츠산업은 중국의 성장률 14.9%에는 못 미치나, 연평균 5.2%의 고성장과 2003년에는 약21조원의 규모로 성장하였다.[표2]

한국의 문화콘텐츠산업의 상위 그룹인 방송, 캐릭터, 게임이 약17조로 82%에 해당하며, 이중에서도 캐릭터는 국산 캐릭터가 2000년에 10%였던 것이 01년에 30%, 02년에 35%, 03년에

1) 일반적으로 문화콘텐츠산업(Cultural content industry)이란, 문화적 요소를 기획·제작·유통·소비 등에 관련된 산업으로, 미국의 경우 엔터테인먼트 산업(Entertainment industry), 영국은 창조적 산업(Creative industry)라고 말하기도 한다. 한국의 경우는 마영국의 산업개념을 충칭한 형태로서 문화콘텐츠산업으로 명명하고 있다.

[표1] 세계 문화콘텐츠산업의 국가별 시장점유율(2002년)

순위	국가	점유율	비고
1	미국	40.2%	문화콘텐츠 전 분야 전 상위
2	일본	10.1%	만화산업 세계시장 62%점유
3	독일	5.5%	유럽 최대 IT 시장
4	영국	4.4%	게임시장 세계3위, 음반시장 세계3위
5	프랑스	3.3%	문화콘텐츠 전 분야 고른 성장
6	캐나다	2.1%	IT 및 애니메이션 국가지원
7	이탈리아	2.1%	문화유산을 기반으로 한 국가지원
8	중국	1.9%	문화산업 성장률 14.9%의 고도성장
9	한국	1.5%	온라인게임 세계2위, 모바일게임 세계3위
10	스페인	1.5%	방송영상산업 강화

(자료출처: 한국문화콘텐츠진흥원)

[표2] 한국 문화콘텐츠산업의 시장규모(2003년)

순위	구분	시장 규모	점유율
1	방송	88,000억원	42.3%
2	캐릭터	48,085억원	23.1%
3	게임	34,026억원	16.4%
4	영화	11,425억원	5.5%
5	VHS & DVD	7,140억원	3.4%
6	음악	6,650억원	3.2%
7	만화	6,033억원	2.9%
8	애니메이션	4,050억원	2.0%
9	모바일 콘텐츠	2,580억원	1.2%
합계		207,988억원	

(자료출처: 한국문화콘텐츠진흥원)

38%의 성장을 보이고 있으며, 내용면에 있어서도 봉제·완구·팬시에서 머물렀던 것이 모바일·동화책 등으로 라이선스 사업으로 수익의 다변화를 보이고 있다. 그리고 게임산업은 온라인게임 세계2위, 모바일게임 세계3위로 2003년 수출실적 2억1,100만 달러 전년 대비 50%의 성장과 온라인게임의 경우 중국시장에 있어서 약60%라는 놀라운 실적을 올리고 있다. 그러나 PC게임과 아케이드게임은 아직도 미약하다.

그리고 모바일 콘텐츠산업은 02년 380억원에서 03년 2,580억원, 04년 6,080억원으로 급부상하고 있는 산업이다. 이러한 원인은 이동전화가입자수가 3,370만 명(2003년 12월)이라는 안정적 수요에 있다.

무엇보다도 중요한 것은 한국의 문화콘텐츠산업이 미국과 일본과 같은 근대화되고 안정적이지는 않지만, 부분적 고도성장을 통하여 연계되는 산업에 영향력과 질적 향상을 가져다주는 데 있다. 따라서 이를 보다 효과적인 활성화 방안의 하나로서 시물라크르 이론을 제시하고자 한다.

한국의 문화콘텐츠산업이 펼치는 현실은 실제 현실보다 더 현실에 가까운 것으로, 이의 주장은 장보드리야르가 말한 시물라크르 이론에 있다. 즉, 이 사회에서 가장 발전한 상품 형식은 구체적인 물질적 산물이기보다는 이미지이다.2) 이런 맥락에서 보드리야르는 산업사회에서는 생산이 핵심적 요소였지만, 탈현대 사회의 경우 '시물라시옹'의 과정이 사회적으로 지

2) 한창완, 「저패니메이션의 시물라시옹에 대한 이데올로기 기능연구」, 『만화 애니메이션 연구』, 한국애니메이션학회, 1998, p.37.

배적임에 따라서 새로운 종류의 '하이퍼 리얼'한 사회질서를 구성하게 된다고 주장한다.³⁾ 즉, 기표의 가상의미가 실제의미보다 더욱 강력한 상호 커뮤니케이션을 발휘하게 되는 것이다.

그러므로 한국의 문화콘텐츠산업이 기초적인 문화를 기반으로 하는 융합적인 장르라는 점, 시뮬라크르(simulacra)를 통해 허구성을 극대화시킬 수 있다는 점, 참여적 수행이라는 디지털 문화환경에 가장 적합한 향유 형태를 지향하고 있다는 점에서 가장 경쟁력 있는 분야로 평가할 수 있기 때문이다. ⁴⁾

2. 본 론

2-1 장보드리야르의 시뮬라크르로의 사상적 체계

장보드리야르는 1966년부터 1987년 은퇴할 때까지 프랑스 낭테르 대학에서 사회학 교수로 있으면서, 마르크스주의에서 출발하여 포스트모더니즘으로 전환한 포스트모더니즘 이론가로, 초기 주로 대중 매체와 상품 문화 분석에 중점을 두었던 것을 점차 가장 극단적이고 충격적인 탈근대의 논의를 펴가면서 문화이론과 예술론, 사회이론 등 인문학과 사회과학 전반에 깊은 영향을 미치는 현존 문화 이론가이기도 하다.

즉, 보드리야르가 본격적으로 포스트모던 이론으로 전개한 것은 1970년대 중반부터이지만, 1968년 그의 첫 번째 저서인 《사물의 체계》에서 1973년까지 나온 《소비의 사회》(1970), 《기호의 정치경제학 비판》(1972), 《생산의 거울》(1973)등의 초기 작품들은 기호의 세계로 현대의 문화현상을 파악하려 하였으며, 특히 《기호의 정치경제학 비판》에서는 마르크스주의의 정치경제학 비판과 기호학을 종합하려 했던 시도를 계속한다. 그 다음해 《생산의 거울》에서 마르크스주의와 근대성의 재현 체계를 '생산의 거울'이라는 이름으로 비판하는 네오 마르크스주의의 입장에서 인간과 사회에 대한 대부분의 설명 체계를 재검토하기 시작한다. 이 단계에서 보드리야르의 학문 세계를 지배했던 핵심 단어는 '사물과 소비'였다. 여기서 사물이란 단순히 생산된 사물이 아니라 기호로서 기능하는 사물을 의미한다. 즉, 1960년대부터 변화하기 시작한 근대화, 테크놀로지의 발전, 독점기업 및 테크노크라트의 성장 등에 의해 급격히 이루어진 프랑스의 사회경제적 변동이 소위 신자본주의(neocapitalism)라고 불리는 새로운 사회질서를 창출하면서 일상생활에서 중요한 변화가 일어났다고 보았다. 나아가 오늘날 사회를 '소비사회'로 규정하고, 소비가 사회를 움직이는 원동력이자 새로운 신화를 낳고 있다고 주장했다. 즉 《사물들의 체계》에서는 자동차, 집, 손목시계, 광고, 분위기 등의 일상적인 사물에 대해서도 《소비사회: 그 신화와 구조》에서는 상품, 육체, 여가, 대중매체, 섹스 등에 대해 체계적인 분석을 통해 현대성의 이론화는 '소비사회의 기호학'으로 명명되기도 한다. 따라서 생산자는 더 이상 소비자의 필수품을 만들어내는 것이 아니라, 소비자들의 욕망을 자극하는 물건들을 생산한다. 생산이 소비의 논리에 의해서 움직이게 됨에 따라 대중매체는 소비자의 욕망을 불러일으키기 위해서 광고를 통한 기호의 창출에 나선다. 결과적으로 이제 소비자가 원하는 것은 광고상품이 아니라 기호 그 자체가 된다. 보드리야르는 소비

사회로 규정되는 현대사회에서 문화상품은 상징적 기호와 이미지에 의해서 가치가 결정된다고 주장한다. 따라서 소비자가 소비하는 것은 상품이라기보다는 생산된 상징적 기호와 이미지이다.⁴⁾

이후 《상징적 교환과 죽음》(1976), 《유혹에 대하여》(1979)와 《시뮬라크르와 시뮬라시옹》(1981), 《숙명적 전략》(1983) 등에서는 아예 정치경제학은 자취를 감추고 포스트모던 사회의 묘사와 함께 새로운 사유방식의 필요성을 논하고 있다. 우선 《상징적 교환과 죽음》에서 탈 근대적인 대안을 제시하고, 제한 경제와 달리 원시 공동체에서 수행되는 과시적 낭비의 희생적 경제이며 상징적 교환을 그 특징으로 한다. 교환의 매체인 '사물'은 인간의 필요를 만족시키는 장이 아니라 상징적 작업의 장이라는 입장에서 사물이 상징적으로 기호로서 교환되는 과정에 대해 집중적으로 탐구하면서 포스트모던 시대의 매스미디어와 사회 현상에 대해 본격적으로 연구하기 시작했다. '상징적 교환'이라는 개념은 자본주의 사회의 논리와는 대립되는 소비원리로, 예를 들어 '사물'을 등가교환이나 이윤 발생 없이도 사물을 자발적으로 소비할 수 있는 이유는 그 사물이 사용가치나 교환가치로 환원될 수 없는 상징적 가치를 갖고 있기 때문이다. 따라서 현대의 새로운 자본주의 사회에서는 기호의 생산이 사물의 생산을 대체하였으며 기호와 코드가 지배하는 의미작용의 양식이 생산 양식보다 우월하다고 보드리야르는 보고 있는 것이다.

보드리야르는 초기 저술에서부터 기호들의 체계를 가리키면서 소쉬르의 '랑그(langue)'에 해당하는 '코드(code)'라는 용어를 자주 사용하였는데, 보드리야르가 말하는 코드는 유전자 코드나 디지털 코드와 같은 의미의 코드인데, 그가 특히 주목하는 것은 코드와 재생산품 간의 관련이다. 다시 말해서 그는 코드라는 개념을 통해서 원본과 복제품 사이의 구분을 전적으로 부수적인 것으로 만들고 있는 것이다. 이렇게 코드가 우리로 하여금 자연적 현실을 무시함으로써 이른바 '가역성'이라는 결과가 나타난다. 다시 말해서 그 어떤 것도 체계의 밖에서 존재하지 않게 된다. 심지어 죽음조차도 체계 안에 통합되기 때문에 죽음은 실제로 일어나지 않는다는 것을 가역성의 원리는 함축하고 있다. 이와 같은 가역성은 《시뮬라크르와 시뮬라시옹》에서 가장 명백하게 나타난다. 구체적으로 시뮬라시옹(simulation), 내파(implosion), 하이퍼리얼리티(hyper reality)이라는 새로운 현상들이 인간 경험의 새로운 영역, 역사의 새로운 단계, 그리고 사회의 새로운 유형을 어떻게 구성하게 되는가를 규명했는데 그의 이러한 연구는 《유혹에 대하여》(1979), 《시뮬라크르와 시뮬레이션》(1981), 《숙명적 전략》(1983)에서 계속되었다.

그리고 《유혹에 대하여》(1979)와 《숙명적 전략》(1983)에서 상징적 교환의 사유방식으로 '숙명적 이론'을 주장한다. 이를 계기로 보드리야르의 사상은 이른바 '포스트모던 형이상학' 시기를 맞이하게 되는데, '유혹'은 생산과 효율성의 체계에 대한 저항의 용어이자, '상징 교환'이나 죽음이라는 주장보다 더 나아가는 것으로 기호와 제의의 질서에 속하며 에너지와 생산에 대항하는 계략, 현상, 활동, 도정이다. '유혹'은 플라톤 이후 데

3) 김성기, 『포스트모더니즘과 비판사회과학』, 문학과지성사, 1991, p.59.

4) M. Poster, 『버추얼 보드리야르』, 『현대사상』, 창간호(봄), 믿음사, 1997, p.127.

카르트에 이르기까지 철학자들은 가상에 유혹되는 것을 우려해 왔는데, 장보드리야르는 '유혹'이 생산보다 더 강하고 성(욕망)보다 더 강한 것으로 신의 질서와 모든 정통성을 파괴하며, 기호들과 공모를 하고 있고 기호들의 활동을 불길한 방향으로 활발하게 하고 있다고 주장한다.⁵⁾ 이유는 '유혹이 모든 곳에서 항상 생산과 정 반대이다'는데 있다.⁶⁾ 무엇보다도 보드리야르에게 있어서의 '유혹'은 무의미한 외관(apparence)으로 설명하고 순수하고 표파적인 이미지와 외형적 환영은 근대의 체제에 도전하고 거스르는(가역적인) 것으로 여겼고 있다. 따라서 외형에 충실했던 사물들은, 단지 다양한 사물들로 양적인 증가에 의해 우리가 사물들에 부여하는 새로운 기능에 의해서 의미변화가 생기기 시작한다. 전통적인 관점에서의 사물은, ①그것이 실제로 어디에 쓰이는지, ②또 필수적이고 기본적인 욕구와 충동을 만족시키고 있는지, ③그리고 인간과 어떤 상징적인 관계를 맺는지에 따라 그 기능을 달리 하는 세 가지 양태로 그 기능을 수행하였다.

예를 들어 자동차는 이동의 교통수단으로서 기본적인 욕구를 만족시켜주지만, 한편으로는 우리가 자동차에 부여하는 고급=출세, 야외=레크리에이션=여유, 아늑한 공간=사랑 등의 상징적인 의미도 갖고 있는 것이다. 이러한 상징은 소유에서 오는 본질적 기능상의 가치가 아닌 상징가치에 의미를 두고 있으나, 이 또한 더 이상 본질적이지 않고, 중요한 것은 사물들이 기능체계 속에 통합되는 능력이다. 이는 사물들이 본래 갖고 있는 내재적인 성질이 아닌, 다른 재료들과 유기적으로 결합하는 능력이 중요해진 것으로, 즉, 자동차를 소유한다는 것이 있어서 물리적 상징적 가치를 지니는 것이 아니라 자신이 연출하는 전체적으로 분위기의 단순한 요소로서의 가치만을 갖는 경우도 있다. 이러한 사물들의 의미변화는 결과적으로 우리가 세계와 교섭하는 방식을 변화시켰다.

궁극적으로 현재의 기술시대에서의 우리는 기계의 작동단추나 원격조정기와 대면할 뿐, 우리의 육체와 사물 사이의 실제 접촉은 거의 이루어지지 않는다. 그러므로 기껏해야 육체의 최소 말단을 통해 육체가 존재한다는 기호들만을 자동화, 기술화된 사물들에게 보내고 있는 셈이다.

따라서 기호가 사물을 대체하고, 사물을 재현하고자하는 모사와 실물 사이의 관계가 무너져, 오늘날 무엇이 실물이고 무엇이 그 모사인지가 분명하지 않게 되었을 뿐만 아니라, 현실보다 더 현실적인 재현의 질서가 새로운 문화적 질서가 되어가고 있음을 뜻한다. 즉, 보드리야르는 이러한 사회를 '시물라크르가 실재를 대신하는 사회= 포스트모던' 사회로 보고 있다. 보드리야르는 '시물라크르가 실재를 대신하는 사회'를 논리적으로 설명하기 위하여 '재현과 현실의 관계'를 역사적 관점에서 어떻게 변해 왔는지 정리하였는데, 시물라크르는 어느 시대에서나 재현 과정으로서의 시물라시옹은 존재하였으며 의미와 의의는 달랐다. 이 문제는 다음 장의 '2-2 장보드리야르의 재현과 시물라크르'에서 구체적으로 다루고자 한다.

요약하여 말한다면, 보드리야르(Baudrillard)의 '시물라크르(simulacra)'란 오리지널이 없는 동일한 복제물을 말한다. 또한

오리지널과 복제물의 구분 그 자체가 소멸해버리는 과정을 가리키는 말이 '시물라시옹(simulation)'이다. 보드리야르의 논의는 다음의 세 개념을 중심으로 한다.⁷⁾

①시물라시옹(모사, simulation) : 원본과 복사물의 구별 자체가 소멸해버린 상태를 가리킨다. 원천이나 실제 없이 실재적인 것의 모형들에 의해 만들어진 것.

②하이퍼리얼리티(과잉현실, hyperreality) : 시물라시옹이 만들어낸 포스트모던 상황의 양식. '초월'이란 뜻을 가진 접두어 'hyper'가 뜻하는 것처럼 커뮤니케이션 테크놀로지가 만들어낸 '유사현실'은 현실보다 더욱 현실적인 것, 즉 '과잉현실'이 되어버린다.

③내파(implosion) : 하이퍼리얼리티의 영역에서는 시물라시옹과 실재의 구분이 끊임없이 내파하며, 실재와 가상의 경계가 서로 충돌하며 붕괴되어 간다. 이를 통해 미디어에서 의미와 메시지가 내파되고 무관심한 대중은 침묵속으로 빠져 들어간다.

2-2 장보드리야르의 재현과 시물라크르

결국 보드리야르가 묘사하고 있는 것은 지시대상이 없는 것으로, 오리지널이 없는 복제물로 가득한 시물라크르(simulacra)의 시대인 것이다. 이러한 시물라크르의 유포를 통해 '하나의 세계에서의 텍스트성이나 담론의 작용은 고정된 이론이나 정치가 없는 불안정한 구조로 대치'된다. 쉽게 말해서, 시물라시옹과 현실을 구별하기가 점점 더 어려워질 뿐만 아니라 시물라시옹이 현실 자체의 기준이 되어버린다는 것이다.⁸⁾

'재현과 현실의 관계'를 처음 논의한 것은 플라톤으로 당시에는 그리스 시대의 자연에 대한 모방을 미메시스(mimesis)라고 하며, 그의 주서인 『국가론(Politeia)』 제 3권에 피타고라스 학파에 속하는 다몬(Damon)의 음악 및 춤에 관한 전문적 이론들을 끌어 들이면서 자신의 미메시스론을 개진하고 있다. 여기서 그는 미메시스의 긍정적 측면, 특히 교육적 효과를 강조하였으나, 미메시스가 무엇보다 강력한 전염성을 갖고 있기 때문에 나쁜 행위의 미메시스를 무제한 허용한다면 그 결과는 통제하기 어렵게 된다고 믿었던 그는 『국가론』의 제 10권에서 미메시스 개념을 예술과 시문학의 분야에 국한시키려고 시도한다. 여기서 그는 미메시스를 주로 모사(模寫, Abbilden)의 뜻으로 사용하면서 부정적으로 평가하는데 자신의 이데아를 배경에 깔음으로서 진리의 영역은 모사의 대상이 될 수 없고 단지 철학적 관조의 대상일 뿐으로, 현상세계는 그 이념의 그림자에 불과하고 그 현상세계를 모사하는 문학이나 예술은 한 단계 더 이념의 영역에서 멀어지기 때문에 모사된 현상을 보여줄 따름인 예술은 허위에 지나지 않는다는 것이라고 규정하였다. 한편 아리스토텔레스는 플라톤에 의해 평가 절하된 미메시스를 『시학(Poetik)』에서 시학 내지 미학의 영역에만 한정시킴으로써 철학의 대상인 진리의 영역에서 완전히 분리시키는 전통의 발판을 마련하는 이중적 역할로서 구제하였다.

이후의 개념사적 연구에서는 미메시스가 주어진 어떤 대상을 단순히 비생산적으로 모방한다는 뜻을 넘어 '표현(Ausdruck)'

5) Jean Baudrillard, *De la séduction*, (Paris: Denoel-Gonthier, 1979), pp.9-10.

6) Jean Baudrillard, *Oublier Foucault*, (Paris: Gailllard, 1977), pp.27-31

7) Steven Best & Douglas Kellner, *Postmodern Theory :Critical Interrogations*, (Macmillan Press, 1991), pp.156-165.

8) Steven Best & Douglas Kellner, *ibid*, p.158

혹은 '서술(敘述: Darstellung)'의 의미를 갖게 된다. 이처럼 '미메시스'는 정신과학과 사회과학에서 생소한 개념은 아니지만 그 말은 얼마 전까지만 해도 주로 예술 및 문학이론의 분야에서만 거론되어왔다.

그러나 미메시스는 '개념사적으로 볼 때 라틴어로는 imitatio, 독일어로는 Nachahmung, Nachbilden, Nachmachen 등으로 번역되어 주로 모방의 의미로 쓰여 왔다. 예술철학이나 미학의 역사에서 미메시스 개념 자체는 담론의 중심 테마로 다루어지지 않았던 것이 아도르노(Theodor W. Adorno)에 의해 그 개념은 미학에서 뿐만 아니라 인식론에서 중심적 카테고리 부각'9)되었다. 즉, 예술적 측면에서의 '미메시스의 대상으로서의 자연을 나타내는 natura naturata (das Hervorgebrachte)와 자연에 내재하면서 자연을 생성시키는 힘을 뜻하는 natura naturans (das Hervorbringende, Entelechie)의 구별은 중세 이래 이루어져온 논의였고, 일반적으로 서술(Darstellung)의 대상, 혹은 그보다는 표현(Ausdruck)의 대상이 미메시스의 대상으로 기능한다'10)는 것으로 규정하였다.

보드리야르의 경우는, 시뮬라크르가 역사적으로 어떻게 사회생활을 지배하게 되었는지를 세 단계의 시뮬라크르 질서로서 설명했다. 보드리야르는 중세의 계급 신분사회를 바탕으로 한 고정된 사회질서의 시대가 끝나면서 비로소 첫 번째 단계의 시뮬라크르의 시대가 열렸다고 주장했다. 이 시기는 이른바 '자연적 법칙의 가치'가 지배한 시기로서 신의 질서에 대한 절대적 믿음에서부터 자연권에 대한 믿음으로 옮겨갔고, 그 결과 '홍내 내기'가 자연히 재현의 양식이 되었다. 예술은 자연을 흉내 내고자 했고, 이때부터 싹트기 시작한 정치에서의 대의제 민주주의는 자연권의 이념을 구현하는 것처럼 흉내 냈다. 두 번째 단계의 시뮬라크르 사회는 산업혁명 중에 등장한 것으로 '상업적 법칙의 가치'의 형태로 무한한 재생산이 가능하기 시작했을 때이다. 생산은 기계화되고, 일관생산라인과 자동화의 과정을 거쳐 똑같은 물건들이 정확히, 그리고 무한히 만들어지게 되었다. 첫 번째, 두 번째 단계의 차이점은 전자가 인간의 자동화에 의거해서 원형을 흉내 내는데 머문 시뮬라크르의 시대였다면 후자는 기계에 의한 자동화로 흉내 낸 것을 대량으로 복제해 낼 수 있게 된 시뮬라크르 사회인 것이다. 그런데 오늘날 우리는 세 번째 단계의 시뮬라크르 질서로 '구조적 법칙의 가치'를 맞이하고 있다. 이것이 진정한 의미의 시뮬라크르 단계로 현실로부터 현실의 이미지가 만들어지는 것이 아니라 가상적 현실 모델로부터 현실이 생성되는 단계이다. 이 단계에서는 현실과 현실의 이미지간의 관계가 전도된다. 이러한 질서 속에서 현실과 허구 사이의 경계는 애매모호해질 수밖에 없다. 허구가 현실에 종속되는 것이 아니라 현실이 허구에 종속되는 상황이 전개되기 때문이다.11) 따라서 시뮬라크르의 질서 속에 있는 오늘날의 모든 삶은 정밀한 시뮬라크르라 속에서 분해 되는 동시에 재생되는데 이때 시뮬라크르는 오히려 현실보다 더 리얼하게 만들어진 대상물과 경험, 즉 초현실주의의 외양을 띤다. 즉, 보드리야르는 모더니즘적 사회의 산업적 생산 방법을 누구나 알고 있는 것과 같이 대상

이 생산의 중요성을 근간에 두고 있다. 그러나 포스트모던적 사회에서는 과거의 대상이 생산이 아니라 재생산이 중요하며 그 재생산의 원칙은 바로 코드 안에 포함되어 있다고 보고 있는데, 이렇게 재생산되는 원본이 생산되는 대상이 아니라 생산의 원리라면, 생산된 최후의 원본도 역시 완벽하게 재생산된다. 그러므로 오늘날 우리가 살고 있는 시뮬라시옹의 사회 질서에서는 재현과 현실의 차이 내지 간극이 없어져버렸다. 심지어 현실을 모방한 것이 재현이 아니라 재현을 통해서 현실이 확인되는 전도가 일어난다. 시뮬라시옹을 통해서 만들어진 시뮬라크르가 현실의 기준이 되어버린 것이다. 즉, 시뮬라크르를 끊임없이 만들어내는 대중매체가 현실을 압도하고 그 잣대가 되는 시대로, 보드리야르는 바야흐로 시뮬라크르의 시대가 온 것이라고 주장하고 있는데, 그 사례는 무수하게 많다. 이와 같이 현실을 압도하는 가상현실을 보드리야르는 '극실재(hyperreality)'라고 부른다. 이는 현실보다 더 현실적인 재현, 원본보다 더 원본의 행세를 하는 시뮬라크르를 이르는 말이다. 이제 재현 내지 모사만이 실재하는 극실재의 영역이 사회적 질서를 지배하고 급기야 사회를 구성하게끔 된 것이다. 이렇게 재현이 불가능해지고 의미가 사라지며 실재와 재현 등서구 '모더니즘'의 사유가 기반을 두고 있었던 이분법적 차이가 소멸하는 현상을 설명하기 위하여 보드리야르는 '내파(impllosion)'라는 개념을 사용하고 있다. 그는 대중과 매체가 포스트모던 사회를 구성하고 있는 중요한 요소라고 보는데, 매체는 기호와 정보를 증대시킨 나머지 의미를 소멸시키고 매체와 실재의 구분을 왜해시켰으며 이와 같은 정보의 과잉공급은 결국 대중을 '침묵하는 다수'로 만들어버렸다는 것이다.

2-3 문화 콘텐츠산업에 있어서의 이미지와 시뮬라크르

우리가 일반적으로 문화나, 어떠한 사물을 만드는데 있어서 이미지의 상상력을 필요로 한다. 특히 문화 콘텐츠산업에 있어서의 이미지는 단순한 아이디어 차원의 형태가 아니다. 어떠한 물질적 형태나 이를 재현하는 것이 이미지이다. 즉, 재현 체계 속에서의 이미지는 원래의 실체를 반영한다.

그리고 이미지가 실체를 반영함에 있어서 실체와 이미지가 동일한 하나가 되는 단계, 이 단계가 시뮬라크르로의 과정의 첫 번째 단계로 보드리야르는 보고 있다. 나아가 시뮬라시옹(시뮬라크르로의 과정)은 재현의 축조물 자체를 송두리째 시뮬라크르로서 감싸버린다. 이러한 시뮬라크르로의 과정에 있어서의 이미지의 연속적인 단계를 보드리야르는 [표3]과 같이 4단계로 보고 있다.

[표3] 시뮬라크르로의 과정에 있어서의 이미지의 연속적인 4단계

단계	이미지와 시뮬라크르의 관계
1단계	이미지는 깊은 사실성(실재)의 반영이다.
2단계	이미지는 깊은 사실성(실재)을 감추고 변질시킨다.
3단계	이미지는 깊은 사실성(실재)의 부재를 감춘다.
4단계	이미지는 그것이 무엇이건 간에 어떠한 사실성(실재)과도 무관하다. (이미지는 자기 자신의 순수한 시뮬라크르이다.)

보드리야르에 의하면 '첫 번째 경우에 이미지는 선량한 외양

9) 전정수, 『애니메이션의 感覺的 리얼리티에 관한 연구』, 홍익대학교 대학원 광고홍보학과 박사학위기 논문, 2005, p.56

10) 전정수, ibid, p.57

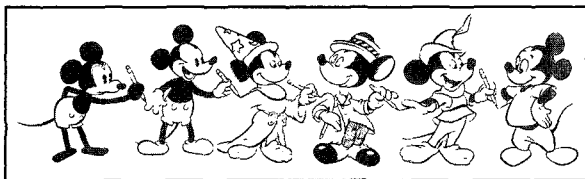
11) 배영달, 『보드리야르와 시뮬라시옹』, 살림출판사, 2005, pp.85-91

이다. 따라서 재현은 신성의 계열이다. 두 번째 이미지는 나쁜 외양으로 저주의 계열이다. 세 번째 이미지는 외양임을 연출한다. 이것은 마법 계열에 속한다. 네 번째 이미지는 전혀 외양이 아니라 시뮬라시옹의 계열이다. 무엇인가를 감추고 있는 기호로부터 아무것도 없음을 감추고 있는 기호로의 이전은 결정적인 전환점이다.¹²⁾로 기술하고 있다.

이를 보다 알기 쉽게 설명하면 다음과 같다.

시뮬라크르로의 첫 번째와 두 번째 이미지의 경우는, 흉내 또는 모방에 가까운 이미테이션(imitation)으로 이해하는 것이 효과적이다. 이미테이션은 이미테이션을 내기 위해서는 반드시 이미테이션을 낼 원대상이 있고, 이 실제 원 대상을 벗기게 되면 그것이 바로 이미테이션이다. 이 이미테이션은 보드리야르가 말하는 첫 번째와 두 번째의 단계에 속하는 시뮬라크르로, 전통적인 재현체계 속의 이미지에 속하나, 보드리야르 이론의 핵심은 세 번째와 네 번째 단계의 것으로 시뮬라크르는 이미테이션을 낼 대상이 없는 이미지(사실성의 부재)이며, 이 원본 없는 이미지가 그 자체로서 현실을 대체(이미지는 그것이 무엇이든 간에 어떠한 실제와도 무관)하고, 현실은 이 이미지에 의해서 지배받게 되므로 오히려 현실보다 더 현실적인 것이다. 이를 구체적으로 미키마우스에 적용하면 다음과 같다.

1. 이미지는 깊은 사실성의 반영이다.
쥐를 보고 실제 쥐와 똑같이 그린 그림을 그린다.
2. 이미지는 깊은 사실성을 감추고 변질시킨다.
쥐를 보고 그럴 때 자기 나름대로의 주관이 들어가 있을 것이다. 쥐꼬리는 길고 입은 뾰족하게 그린다. 원래 쥐의 모습과 다르다. 그래도 역시 쥐는 쥐이다.
3. 이미지는 깊은 사실성의 부재를 감춘다.
실제 쥐의 이미지(기어 다니고 불결한 원래의 모습은 없다)는 사라지고 없다. 실제 쥐의 이미지는 감춘, 인간의 상상만이 있다. 예를 들어 십이지신상과 같은 쥐의 모습으로 인간에 가까운 모습이다.
4. 어떠한 사실성과도 무관한 순수한 시뮬라크르로서의 이미지물의 분자인 H2O는 진짜 물이 아닌 만들어진 기호인 것처럼, 미키마우스는 쥐의 본질과는 아무 관계가 없는 이미지이다. 즉, 미키마우스도 물의 분자처럼 리얼리티와 관계 없는 기호다. 이 마지막 단계에서 이미지는 결국 실재가 없는 이미지만이 넘쳐나는 세계로, 실재와 완전히 동떨어진 자신만의 순수한 시뮬라크르가 되는 것이다. 따라서 순수한 시뮬라크르 미키마우스도 쥐와 실재가 없는 이미지만이 넘쳐나는 세계가 바로 지금의 미키마우스의 모습이다.¹³⁾[그림1]



[그림1] 초기 미키마우스에서 완전한 시뮬라크르로 변한 미키마우스

12) J. Baudrillard 저, 하태완 역, 『시뮬라시옹』, 민음사, 2001, p.27,

13) 장보드리야르, 「TV책세상속으로 대담」, KBS1 TV. (2001. 9.)

2-4 완전한 시뮬라크르의 세계인 디즈니월드

기호는 실제의 지시대상과는 전혀 무관한 '진짜 가짜'가 된다 (시뮬레이션 계열). 이렇게 되면 기호와 실제와의 거리가 없어지게 되며, 따라서 기호는 실재를 지시하지 않는다. 이 경우 기호는 실제와 거리를 유지하지 않으며 또한 거리를 유지할 수도 없다. 이러한 상황에서는 기호는 하나의 실재가 되며, 또한 기호는 모조품이기 때문에 진짜와 가짜의 구별은 없어지게 된다. 시뮬라크르는 부재를 현전(現前)으로 제시할 뿐만 아니라 상상을 실제로 내보임으로써 현실계(the real)를 상상계(theimaginary) 속으로 흡수해 버린다. 이렇게 함으로써 상상계와 현실계와의 이분법적 구별은 와해되어, 하이퍼리얼리티가 실제보다 더 실제처럼 보이는 허상으로서의 이미지라는 사실은 하이퍼리얼리티가 무엇이나? 라는 정의의 차원을 넘어서 실제의 차원에서도 커다란 영향력을 행사한다. 이러한 문제에 관해서는, 전정숙의 홍익대학교 대학원 광고홍보과 박사논문에서 처음부터 영상에 관련된 모든 실체는 시뮬라크르이며, 이를 바탕으로 시뮬라크르를 극대화하기 위한 영상감각으로서 '하이퍼리얼리티'와 질들뢰즈의 '감각'이론을 '감각적 리얼리티'라는 새로운 이론과 함께 그 영향력을 논한다.¹⁴⁾

이러한 추상적인 체제 말고도 보드리야르는 시뮬라크르의 아주 쉬운 예로 디즈니랜드를 든다. 시뮬라크르의 질서 속에 있는 오늘날의 모든 삶은 정밀한 시뮬라크르 속에서 분해 되는 동시에 재생되는데, 이때 시뮬라크르는 오히려 현실보다 더 리얼하게 만들어진 대상물과 경험, 즉 초현실주의의 외양을 띤다. 보드리야르는 디즈니랜드를 분석하면서 미국이라는 실물의 현실세계가 따로 있고, 디즈니랜드라는 환상의 세계가 따로 있는 것이 아니라 미국 전체가 이미 디즈니랜드라고 말하고서 현실계/상상계, 실물/환상, 진품/모조품의 구별은 성립하지 않는다고 설명한다. 디즈니랜드가 환상적 상상계로 제시되는 것은 사람들로 하여금 바깥세계는 현실계이고, 디즈니랜드는 상상계라고 믿게 하기 위해서이다. 따라서 디즈니랜드는 미국 전체가 이미 실물 현실의 세계가 아닌 환상적 디즈니랜드라는 사실을 은폐한다. 바로 '디즈니랜드의 상상 세계는 참도 거짓도 아니고, 실제의 허구를 미리 역으로 재생하기 위하여 설치된 저지¹⁵⁾기계이다'¹⁶⁾고 그는 주장하고 있다.

그렇다면 한국의 디즈니랜드라고 할 수 있는 '롯데월드'나, '에버랜드'는 원본 없는 시뮬라크르로서 초현실의 세계인가? 물론 디즈니랜드와 같은 시뮬라크르이다.

'롯데월드'나, '에버랜드', 그리고 디즈니랜드는 하나의 상상의 세계로서 대규모의 파티가 매일 벌어지고, 상상의 세계의 명소에서 벌어진 이 축하는 이 가상전쟁의 멋진 결말이었다. 그러나 월트 디즈니의 계획은 상상의 세계를 능가한다. 상상의 세계의 가상현실을 처음으로 창조하는 이 위대한 선구자는, 거대한 리얼리티 쇼의 형태로 현실 세계 전체를 자신의 종합적 세계에 통합시키기 위해 현실 세계 전체를 사로잡고 있다. 이때 현실 자체는 구경거리가 되고, 실제 자체는 유원지가 된

14) 전정숙, ibid, pp.44-64.

15) 실재를 시뮬라크르로 대체해 버린 이후에 혹시라도 시뮬라크르가 아닌 고전적 의미의 실제 상황이, 프로그램화하지 않은 우발적 상황이 발생하는 것을 지지하거나, 실제인 척 보이도록 하기 위하여 자신의 부정적인 요소를 조작하는 작업을 이른다.

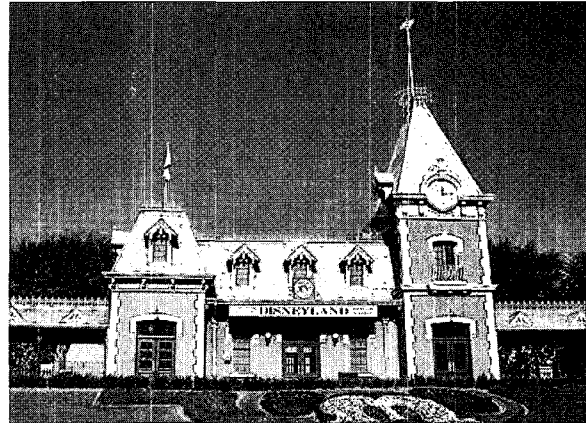
16) J. Baudrillard, 『시뮬라시옹』, ibid, p.41.

다. 수혈과 같은 실제의 수혈이 이루어지는 것이다. 심지어 디즈니는 디즈니월드(올랜드)에 똑같은 것, 즉 로스앤젤레스의 디즈니랜드를 만들고 있는 중이다. 그것은 제2의 유원지, 즉 제2의 강력한 모사물과 같다. 그리고 월트 디즈니 자신이 현실 세계에서 알 수 없는 부활을 기대하면서 액화 질소 속에 저온 생성되어 있듯이, 사람들은 결국 지구 전체를 저온 생성하고 있는 것일까? 물론이다. 그러나 거기에는 더 이상 현실 세계는 없다. 그리고 월트 디즈니에게조차도 현실 세계는 없을 것이다. 만약 그가 언젠가 깨어난다면, 그는 자신의 생애에서 가장 큰 놀라움을 겪게 될 것이다. 어쨌든 자신의 액화 질소 속에서, 그는 우리 모두가 들러리가 되어 버린 가상현실의 환상적 세계를 통해 상상적인 것과 현실이 뒤섞여 있는 세계를 계속 합병하고 있다. 우리와 월트 디즈니의 차이는 디지털 결합이나 픽업을 시도하면서, 혹은 컴퓨터 조작대를 두드리면서 우리가 생생한 환상 속으로 들어가는 반면, 천체적인 상상가인 그는 죽음의 가상현실 속으로 들어갔다는 점이다.¹⁷⁾ 이를 하여 디즈니 월드이다.

디즈니랜드는 오락과 차이의 효과를 지닌 스펙터클, 걸치레뿐인 것에 속했다. 이는 '롯데월드'나, '에버랜드'도 마찬가지이다. 그러나 디즈니월드가 '롯데월드'나, '에버랜드'와 다른 것은, 상상을 통해서가 아니라 바이러스와 가상을 통해서 세계와 우리의 정신세계를 복제하는 것과, 일반화된 전이(metastase)와 관계에 있다. 우리는 소외된 수동적인 관람객이 아니라 저 엄청난 리얼리티 쇼에 상호 작용하는 들러리, 동결 건조되는 관대한 들러리가 되고 있다. 이제는 소외에 대한 화려한 논리가 아니라 현실 세계를 초월하는 환상적 논리가 중요하다. 다시 말하면 기분을 전환 시키는 상상의 논리가 아니라 우리의 각 세포를 융합하고 전환시키는 물질의 입자에 관한 논리가 중요하다. 따라서 오늘날 자본주의 현실의 거의 향수적인 세계 속에서와 마찬가지로, 외부로부터가 아니라 내부로부터 세계를 근본적으로 억제하려는 기획이 문제가 된다. 가상현실의 들러리는 배우도 관객도 아니다. 그는 무대 밖에 있으며, 투명한 조작자이다.¹⁸⁾

다른 차원에서 보면, 디즈니는 승리자이다. 실재를 깊이 없는 3차원의 가상 이미지로 만들면서, 디즈니는 실재를 사라지게 하는 데 만족하지 않고 동일한 이동 속에서 모든 시대와 모든 문화를 동시화하면서, 그리고 같은 시나리오 속에 그것들을 나란히 놓으면서 시간을 사라지게 한다. 그리하여 디즈니는 일시적이고 1차원적이고 깊이 없는 실시간을 처음으로 사용한다, 말하자면 현재도 과거도 미래도 아닌 시간을 초월한 동일한 가상성 속에서 모든 장소와 모든 시간의 즉각적인 동시성을 처음으로 사용한다. 그것은 경과된 시간이나 파괴된 시간이다. 즉 그것은 바로 4차원이다. 가상의 4차원, 실시간의 4차원, 현실 공간의 3차원에 추가되기는커녕 3차원을 사라지게 하는 4차원이다.¹⁹⁾ 사실상 디즈니는 동시에 행해지는 스크린에서 과거나 미래의 사건들을 만들어 내면서, 그리고 우리의 문명과는 다른 문명에 나타날 수 있을 그러한 모든 시퀀스를 가차 없이 동시 녹음하면서 시간을 초월한 이러한 유토피아를 실현

한다. 그러나 그것은 이미 우리의 유토피아가 되었다. 왜냐하면 우리는 실재를 상상하고 역사, 시간의 깊이, 3차원의 공간을 상상하는 것이 이미 더욱더 어렵기 때문이다. 다시 말하면 현실 세계로부터 가상의 세계나 4차원을 상상하는 것이 예전과 마찬가지로 어렵기 때문이다.²⁰⁾



[그림1] 실제의 부재를 감추고 스스로 순수한 시뮬라크르로 만든 디즈니랜드 시청

[그림2]의 로스앤젤레스 애너하임에 있는 디즈니랜드의 시청을 보면 미정부의 기관과 같이 존재한다. 실제 업무는 레스토랑 예약 및 퍼레이드, 레이저 쇼 등의 시간확인과 관광안내, 그리고 환전까지 일반적인 시청과 내용이 다르다. 그렇다면 과연 디즈니랜드는 하나의 테마파크랜드인지, 아니면 하나의 도시인지 그 실체를 알기 어렵게 만든다. 보드리야르는 디즈니랜드를 미키마우스라는 실체를 감추고 스스로 시뮬라크르 만들기 위해 존재하는 장소라고 말한바가 있는 것처럼, 이 시청은 실체의 부재를 위한 시뮬라크르이다. 이러한 시뮬라크르의 깊이가 '롯데월드'나, '에버랜드'와 다른 것이다. 즉, 디즈니랜드는 신화, 동화, 민담을 기초로 이루어진 세계로 '롯데월드'나, '에버랜드'는 이러한 상상의 기반이 없어, 테마파크 간에 어떠한 유사성을 찾기 어렵다는데 차이가 있다.

최근에 만든 디즈니랜드의 8번째 테마파크인 툰타운(Toon Town)은 월트 디즈니 만화영화에 등장하는 주인공과 배경을 그대로 재현해놓은 곳으로 툰타운은 크게 미키마우스, 구피하우스, 도널드 덕의 보트, 다운타운 4곳으로 구분돼 있다. 이 중에서도 단연 인기가 있는 곳은 미키마우스로, 만화영화에 나오는 미키마우스의 집과 시계, 의자, 식탁 등 모든 물건들이 재현된 곳이다. 특히 집 내부에는 미키마우스 만화영화가 상영되고, 미키마우스와 함께 기념촬영을 할 수 있도록 미키마우스가 직접 방문객들을 맞이하는 공간도 있다. 즉, 만화영화에 등장하는 주인공과 배경을 현실의 세계로 실현함(눈으로 보고 손으로 만지고 귀로 들으면서 즐길 수 있는 감각으로의 실현)으로서, 단순한 만화영화에 등장하는 주인공이 아닌 인격을 가진 생명체로 시뮬라시용하고 있다. 이것은 문화컨텐츠산업에서 매우 중요한 의미를 갖는다.

그리고 디즈니랜드처럼 심도 있는 완벽한 시뮬라크르로 만드는 방법은 무엇인가? 가 문화컨텐츠산업의 주요 핵심의 관건이 아닐 수 없다.

17) J. Baudrillard 저, 배영달 역, 『토탈스크린』, 동문선, 2002, p.171.

18) J. Baudrillard, 『토탈스크린』, ibid, p.172

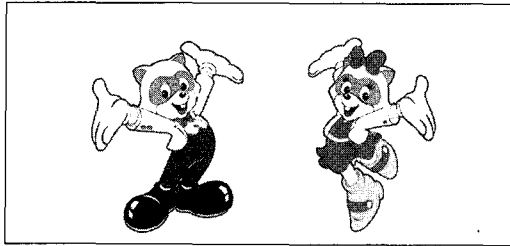
19) J. Baudrillard, 『토탈스크린』, ibid, p.172

20) J. Baudrillard, 『토탈스크린』, ibid, p.173

2-5 한국을 대표하는 테마파크와 이를 대표하는 캐릭터에 있어서의 시물라시옹의 문제점

롯데월드는 관광, 쇼핑, 레저, 스포츠, 문화생활을 한곳에 모은 세계 정상급의 실내 테마파크로써 백화점, 호텔, 쇼핑몰, 민속 박물관 등이 한 자리에 모인 하나의 작은 도시이다. 그리고 이 도시를 대표하는 캐릭터가 '로티'와 '로리'이다.[그림3]

그러나 '로티'와 '로리'가 미키마우스와 다른 점은, '로티'와 '로리'는 '롯데월드'를 위해 존재하지, '로티'와 '로리'를 위해 '롯데월드'가 존재하는 것은 아니며, 미키마우스나 인간과 비슷한 인격이 존재하지 않는 시물라크르로 단순한 마스코트에 지나지 않는다는 점에 있다. 이러한 현상은 롯데월드뿐만 아니라 한국 대다수의 테마파크가 그렇고, 삼성에버랜드는 그 현상을 명확히 알 수 있다.



[그림3] 로티(loty)와 로리(lolly)

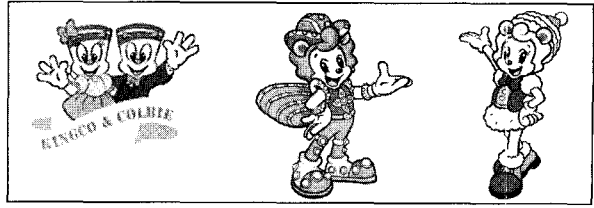
삼성에버랜드는 60년대 초, 근대화 물결 속에서 국토개발의 사명을 갖고, 후손들에게 빛나는 국토유산을 물려준다는 비전으로 인간, 공간, 시간의 삼간(三間)정신을 바탕으로 보다 풍요로운 삶, 가치 있는 삶을 영위하는데 기여하고자, 경영이념을 시간가치에 두어 소비자의 소중한 시간을 상품으로 구현하여 행복으로 보답하겠다는 시간정신과 인간의 삶의 공간을 더욱 윤택하게 만들기 위하여 미래공간 서비스를 창출해내는 공간정신으로 만들었다. 이에 삼성에버랜드는 공간사업군²¹⁾과 신생활사업군²²⁾으로 나누어 서비스를 단행하고 있고, 실질적인 서비스 외에 테마파크의 3대 매출 요인의 하나가 상품매출인 것을 염두에 두어 각 테마파크별로 캐릭터를 만들었다.

그러나 현재 에버랜드에는 16개의 캐릭터들이 있지만 일반인들에게 알려져 있는 캐릭터는 전무한 실정으로, 에버랜드에서 내세운 캐릭터에는 사자, 고릴라를 비롯한 동물 캐릭터가 9종, 장미, 튜립을 비롯한 꽃, 요정 캐릭터가 4종, 곤충 캐릭터가 2종, 눈사람 캐릭터가 1종으로 되어 있다. 메인 캐릭터로는 자연농원 시절에는 '파미'와 '랜드'라는 사자캐릭터임에도 불구하고, 현재 에버랜드의 메인 캐릭터는 '킹코'와 '콜비'이다. 이들은 현재 장난감으로도 만들어져 있는데 이를 아는 사람은 거의 없다.[그림4], [그림5], [그림6], [그림7]

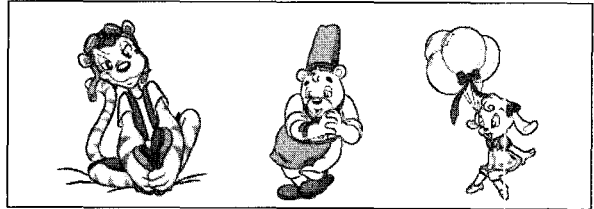
즉, 에버랜드 또한 롯데월드의 '로티'와 '로리'와 같이 단순히 캐릭터를 개발시켜 냈을 뿐 시물라크르로의 접근이 부족하여 상품매출로 연계하지 못하고 있다. 예를 들어 국내 테마파크 캐릭터 산업의 경우 상품매출의 비중이 총 매출 10%대에 지나지 않는 반면에 동경디즈니랜드의 경우는 총 매출의 40%정도를 차지한다.

21) 삼성에버랜드 공간사업군은 테마파크 개발·골프장 개발·빌딩 매니지먼트 환경조성사업 환경복원사업 등이 있다.

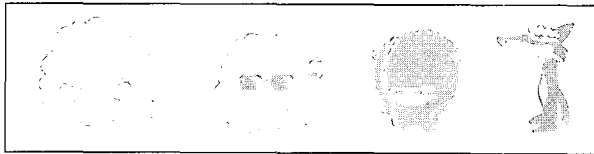
22) 삼성에버랜드 신생활사업군은 전문급식사업, 외식사업, 농수축산물 식자재유통사업 물류센터 운영 등 이다.



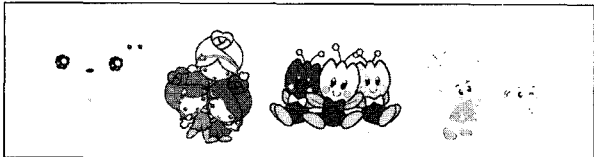
[그림4] 킹코(kingcoo)와 콜비(colble), 라스티(lster), 라이리(lila)



[그림5] 티저스(tezus), 베이글(bggle), 도리엘(driel)



[그림6] 사포(seepo), 메리굿(mrigood), 우짜노(wozzano), 울포(wfo)



[그림7] 망망(mangmang), 로미(romry), 틀리(tulie), 리리엘젤(liliangel)

그렇다고 에버랜드가 동경디즈니랜드보다 광고에 있어서 노출 빈도가 적은 것은 아니다. 오히려 신문광고는 동경디즈니랜드보다도 많다. 그러나 에버랜드 내의 페스티벌 등의 각종 행사나 방송에서 에버랜드의 메인 캐릭터는 '킹코'와 '콜비'가 주인공으로 출연하지 않는다는 것이 디즈니랜드와는 완전히 다르다. 또한, 미국의 디즈니랜드는 '미키마우스'라는 상품을 몇 만점의 개발하여 성공한 것보다는 각종 애니메이션 영화를 통해 꾸준히 테스트화 시켰고, 각종의 사회적 행사(자선 행사나 정치 참여 등, 특히 미국 대통령은 취임 후, 디즈니랜드에 가서 미키마우스와 사진을 찍어 행복한 미국 가정을 표현함)에 참여하여 사회적 인격체로 만들었다. 그리고 최종적으로 이들을 '디즈니랜드'로 삶의 터전으로 자리를 잡게 함으로서 시물라크르를 극대화시켜 무형의 교환가치로서 캐릭터 상품을 소비시키고 있다.

여기서 한국의 테마파크의 캐릭터와 디즈니랜드의 미키마우스와의 시물라크르의 차이점을 다음과 같이 정의 한다.

1. 캐릭터가 갖고 있어야할 텍스트의 부재.
2. 캐릭터를 알려줄 수 있는 미디어 연계 상의 문제.
3. 캐릭터가 인격체로서의 사회활동의 부재.
4. 캐릭터가 삶을 영위할 수 있는 공간과의 관계성 미흡.
5. 캐릭터 상품은 물질이 아닌 이미지로 소비시켜야 한다.

따라서 에버랜드 각각의 테마를 대표할 수 있으며 고유의 민족적 정서가 살아있는 파워 풀하고 독창적이면서도 친근한 캐릭터의 개발이 필요한 것이 아니라, 텍스트가 있는 캐릭터로 만들고, 이를 시물라크르로의 극대화 방안이 필요한 것이다.

2-6 인격 완성체로서의 캐릭터

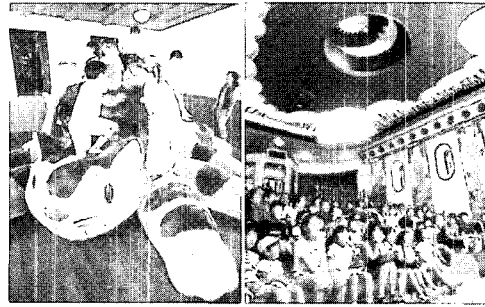
‘롯데월드’와 ‘에버랜드’의 대표 캐릭터는 이미지의 깊은 사실성의 부재를 감추고 있고, 어떠한 사실성과도 무관한 순수한 시물라크르로서의 이미지를 갖고 있다. 그럼에도 불구하고 ‘미키마우스’와 같은 동질의 시물라크르라고 서로 다름을 직감할 수 있다. 이유는 ‘미키마우스’가 ‘롯데월드’와 ‘에버랜드’의 대표 캐릭터 보다 유명한 브랜드 캐릭터라는데 있는 것이 아니라, ‘미키마우스’는 애니메이션을 통해 시물라크르화 된 것을 현실 세계로 실현의 차원으로 불러들임으로서 진짜와 가짜, 현실과 환상 등의 구분의 모호함이 하이퍼리얼리티를 창출한 것에 비하여 한국의 대표 테마파크의 캐릭터는 아쉽게도 마스크트에 가까운 캐릭터에 불과하다는 점이다.

그렇다고 한국의 대표 테마파크의 캐릭터가 신화나 동화, 그리고 민화(民話) 등의 텍스트(스토리)에서 탄생된 것이 아님으로 또 다른 텍스트를 탄생시킬 수 없다. 따라서 인격이 없는 무생물이 움직이는 것에 불과하다.

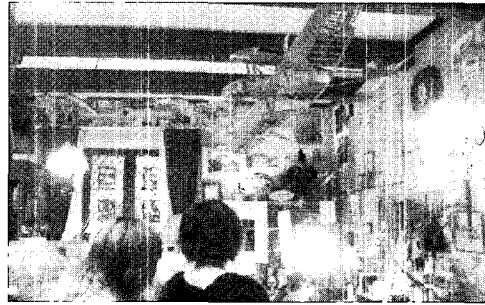
이러한 의미에서 미야자키 하야오가 지브리박물관을 만들었다. 거기에는 미야자키 하야오의 모든 작품에 나오는 캐릭터를 박물관으로 들어놓은 것은 기록과 보존의 의미이지만, 실제로는 소규모의 테마파크이다. 예를 들어 입구에서부터 3장의 애니메이션 필름으로 이루어진 독특한 디자인의 입장권은 그 어느 캐릭터 상품보다 인상적인 기념품이다. 그리고 ‘이웃의 토토로’에 등장하는 고양이‘버스’는 ‘토토’와 ‘메이’처럼 실제로 타 볼 수도 있고, 소극장 ‘토성좌’에서는 14~16분짜리 미공개 단편 애니메이션 작품을 상영하고, 지브리 스튜디오 재현함과 동시에 애니메이션 작품이 만들어지는 과정을 상세하게 전시하여 그 과정(작품 컨셉, 캐릭터 설정부터 시작, 촬영, 편집까지의 모든 과정)과 지브리 스튜디오의 작자 작업실과 책상, 수십 장의 콘티와 지저분한 팔레트, 재떨이의 담배꽂초까지 실감나게 재현을 통해 시물라크르의 과정과 또 하나의 시물라크르를 만들었다.[그림8]·[그림9]·[그림10] 즉, 텍스트를 통하여 과다현실인 하이퍼리얼리티를 보여주고 있다.

이와는 달리 한국의 캐릭터로 성공적인 시물라크르로는 ‘아기 공룡 둘리’가 있다.

‘아기 공룡 둘리’는 경기도 부천시의 명예시민으로, 이를 디즈니랜드나 지브리박물관과 같이 ‘둘리나라’를 만들어 부천시와 둘리의 마케팅을 담당하고 있다. 그러나 ‘아기 공룡 둘리’가 디즈니랜드나 지브리박물관 보다 더 한층 시물라시용적인 것은 부천시의 명예주민등록증이 있다는데 있다. 만화 ‘아기 공룡 둘리’가 1983년 어린이 잡지 ‘보물섬’에 처음 연재된 날을 기일로, 주민 등록 번호는 830422-1185600이다.[그림11] 그리고 둘리의 현재 거주지는 둘리나라가 있는 서울 종로구 원서동이므로 서울 종로구청장 명의를 빌려 사용하고 있고, 만화 캐릭터로는 처음으로 지난 1997년 유니세프 카드 후견인에 임명되는 등의 하나의 생명체로서 우리의 현실에서 공존하고 있다. 이와 같은 특성을 이용하여 김청기 감독의 한국 최초의 로봇 애니메이션 ‘로봇 태권브이’도 최근 서른 살 생일상을 맞이하여 산업자원부로부터 주민등록증과 같은 대한민국 제 1호 로봇등록증(760724-R060724)을 받았다. 이와 같은 주민등록증의 시발은 아쉽게도 ‘철완 아톰’으로 1970년대에 아톰의 고향이라 할 수 있는 데쓰카 프로젝트이 위치한 사이타마현에서는 아톰에게 주민등록증을 발급해주었다. 1952년 일본의 만화



[그림8] 이웃의 토토로의 고양이버스, [그림9] 소극장 토성좌



[그림10] 지브리 스튜디오를 재현한 ‘피콜로 스튜디오’

주민등록증

둘리 (한명)

830422-1185600

부천시 원서동 21동

412-3번지

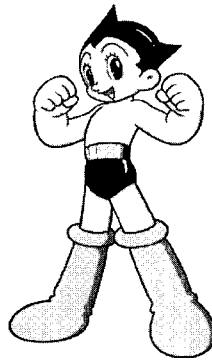
둘리의 버스



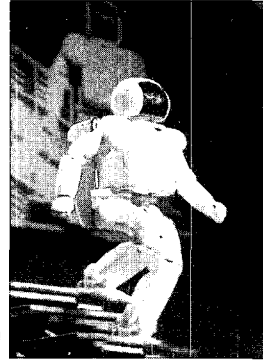
2003.4.22

경기도 부천시청

[그림11] 아기공룡 둘리의 주민등록증



[그림12] 철완 아톰



[그림13] 아시모

가 데쓰카 오사무에 의해 탄생된 ‘철완 아톰’은 단순한 애니메이션 캐릭터가 아니다.[그림12]

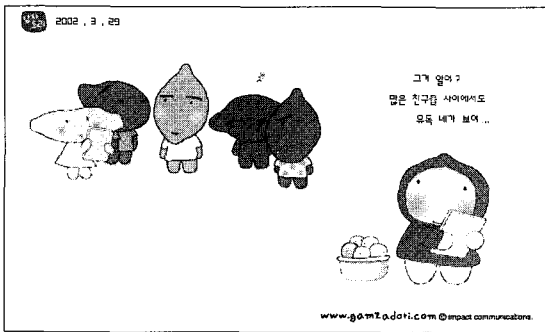
제2차 세계대전의 히로시마와 나가사키에 투하로 핵폭탄의 두려움을 경험한 일본인들에게 핵의 평화적 이용과 전후 부흥의 상징이며, 전후 일본인들에게 꿈과 희망을 심어주고 과학 기술에 대한 관심과 사랑을 불러일으킨 아톰은 과학문화의 대표 역할의 성공사례이다. 실제로 일본이 로봇공학 분야에서 특별히 두각을 나타내고 있는 데는 아톰의 영향이 커서, 2003년 4월 7일은 만화 속에서 아톰이 태어난 것으로 돼 있는 날을 기일로 요코하마에서는 2003년 4월 3일부터 6일까지 ‘ROBODEX 2003’이라는 세계 최대 규모의 로봇박람회가 열렸

다. 그리고 일본 자동차 메이커인 혼다에서 인간형 로봇을 연구하는데 있어서 유일한 연구 자료가 테쓰카 오사무의 ‘철완 아톰’ 전편 이었으며, 그 결과로 탄생한 것이 인간형 로봇 아시모(ASIMO)이다.[그림13] 즉, 로봇 아시모(ASIMO)는 일본인들이 아톰을 만화 밖 현실에서 만나고 싶은 욕망이 만들어진 산물이다. 나아가 AI(인공지능)로봇으로 접근하는 계기이기도 하다. 이와 같이 텍스트가 있는 캐릭터의 파생실체는 우리의 실질적인 현실을 달리 변화시킴을 알았다.

보다 구체적인 제시의 예를 들면, [그림14]의 강원도 평창 ‘감자대축제’의 캐릭터 ‘감들이’와 ‘감순이’는 텍스트의 부재로 인한 인격이 형성되지 않은 정형적인 지역 홍보 캐릭터로 실질적 홍보활동에 적극적으로 참여하고자하나 실패를 거두지 못하는 캐릭터이다. 만일 이 캐릭터를 대신하여 [그림15]의 고구마 나라로 입양된 ‘감자도리(일러스트레이터 김영주 작품)’는 자신의 정체성과 고구마를 닮으려고 항상 붉은색 옷만 입는 ‘감자도리’로 캐릭터를 대체한다면 보다 많은 호응을 얻을 수 있을 것이다.

제9회 강원감자큰잔치

[그림14] 강원감자 큰잔치의 메인 캐릭터



[그림15] '감자도리'와 그 친구들(고구마) 캐릭터

인기 있는 플래시 애니메이션의 캐릭터와 지역 홍보 캐릭터와의 차이는 있지만, 무엇보다도 텍스트가 있는 것과 없는 것의 차이는 시뮬라크르가 ‘극사실(hyperreality)’로 가는 기본적 조건과 자격에 있다. 더욱이 하이퍼리얼리티의 영역에서는 캐릭터가 현실의 구분이 끊임없이 내파하지 못함에 따라 대중은 쉽게 ‘감자대축제’의 캐릭터를 인격체로서 간주하지 않는다. 한편 ‘감자도리’의 입장에서 인격체로서의 사회적 활동과 함께 삶을 영위할 수 있는 공간을 부여 받고, 나아가 외지로 입양된 아이가 감자나라(고향)로 돌아왔다는 새로운 텍스트를 얻게 된다. 이로 인하여 ‘감자도리’는 단순한 캐릭터로서의 존재가 아닌, 하이퍼리얼리티의 영역에서 현실의 구분이 끊임없이 내파를 촉진 가능케 한다. 그리고 무엇보다 중요한 것은, 장보드리야르의 시뮬라크르이론의 응용에 따라서 ‘미키마우스’라는 시뮬라크르보다도 강도와 깊이를 주며, 이러한 강도와 깊이가 궁극적으로 캐릭터 상품을 물질이 아닌 이미지로 소비시키게 한다.

이와 같은 제시의 예는 텍스트가 있는 캐릭터라면 논리적으로 적용 가능한 것으로, 보다 다양한 문화를 만드는 방법에 있어서 장보드리야르의 시뮬라크르이론은 시사하는바가 크다.

3. 결론

본 논자는 한국과 달리 문화콘텐츠산업의 기반인 풍부한 문화유산이 없는 미국이 세계 제일의 문화콘텐츠산업 국가가 된 원인이, 시뮬라크르의 강도와 깊이에 있다고 본 논문을 통하여 주장하는 바이다.

지금까지 한·미간의 문화콘텐츠산업의 차이를 단순히 재원과 마케팅 등의 차원에서 달리 보는 경향이 있으나, 실제로는 시뮬라크르로 만들기 위한 시뮬라시용의 차이임을 한국의 테마파크의 캐릭터와 디즈니랜드의 미키마우스와의 시뮬라크르의 차이점과 지브리박물관, 아기공룡 둘리, 그리고 철완 아톰을 통하여 알 수 있었으며, 그 활용의 예로 강원도 평창 ‘감자대축제’의 캐릭터와 ‘감자도리’를 들었다.

즉, 어떠한 사실성과도 무관한 순수한 시뮬라크르로서의 이미지 물(物)은 진짜 사물이 아닌 만들어진 기호인 것처럼 본질과는 아무 관계가 없는 캐릭터가 결국 실재가 없는 이기지만이 넘쳐나는 세계로, 실제와 완전히 동떨어진 자신만의 인격을 지닌 순수한 인격 시뮬라크르가 되는 것이 한국문화콘텐츠산업에 중요한 키워드임을 재차 밝히고 있다.

그리고 비단 본 연구에서는 캐릭터만을 다루고 있으나, 게임, 영화, 음악, 만화 등 모든 것에 있어서도 시뮬라크르 이론은 적용 가능하며, 시뮬라크르 이론의 지속적인 연구가 한국문화콘텐츠산업 발전에 기여할 것으로 본다.

참고문헌

- 전정숙, 『애니메이션의 感覺的 리얼리티에 관한 연구』, 홍익대학교·대학원·광고홍보학과 박사학위논문, 2006
- 한창완, 「저페니메이션의 시뮬라시옹에 대한 이데올로기 기능연구」, 『만화 애니메이션 연구』, 한국애니메이션학회, 1998
- Jean Baudrillard, *Oublier Foucault*, (Paris: Gallimard, 1977)
- Jean Baudrillard, *De la séduction*, (Paris: Denoel-Gonthier, 1979)
- Steven Best & Douglas Kellner, *Postmodern Theory :Critical Interrogations*, (Macmillan Press, 1991)
- E. Auerbach 지, 김우창 유종호 역, 『미메시스』, 민음사, 1999
- J. Baudrillard 지, 전병석 역, 『소비의 사회』, 문예, 1992
- J. Baudrillard 지, 배영달 역, 『생산의 거울』, 백의, 1994
- J. Baudrillard 지, 주은주 역, 『아메리카』, 문예마당, 1994
- J. Baudrillard 지, 배영달 역, 『사물의 체계』, 백의, 1999
- J. Baudrillard 지, 배영달 역, 『불가능한 교환』, 울력, 2001
- J. Baudrillard 지, 하태완 역, 『시뮬라시옹』, 민음사, 2001
- J. Baudrillard 지, 배영달 역, 『토텔스크린』, 동문선, 2002
- J. Baudrillard 지, 배영달 역, 『유혹에 관하여』, 백의, 2003
- M. Poster 지, 김성기 역, 『뉴미디어의 철학』, 민음사, 1994
- 배영달, 『보드리야르의 문학읽기』, 백의, 1998
- 배영달, 『예술의 음모』, 백의, 2000
- 배영달, 『보드리야르와 시뮬라시옹』, 살림출판사, 2005
- 김성기, 『포스트모더니즘과 비판사회과학』, 문학과지성사, 1991
- M. Poster, 「버추얼 보드리야르」, 『현대사상』, 창간호 (봄), 민음사, 1997