

# 『서유기(西遊記)』의 한국 문화콘텐츠적 확장 변용양상 연구

문대일\*

## 目 录

1. 들어가는 말
2. 교육 콘텐츠로의 확장양상
3. 만화·애니메이션 콘텐츠로의 변용양상
4. 캐릭터 콘텐츠로의 발전양상
5. 맺음말

## 1. 들어가는 말

중국의 고전문학은 오래전부터 동아시아를 넘어 세계 곳곳으로 전파되어졌으며, 현재 이에 대한 범세계적 연구와 재창조가 끊임없이 이루어지고 있다. 그 중, 명대의 四大奇書 『三國志演義』, 『水滸傳』, 『西遊記』, 『金瓶梅』<sup>1)</sup>는 오늘날까지 학술적 혹은 대중적인 관심의 대상이 되고 있으며, 다양한 모습으로 끊임없이 재해석됨으로서 현대인들에게도 그 가치를 인정받고 있다. 특히, 『서유기』는 한국 대중들에게 있어 매우 친숙하고도 공감을 얻고 있는 중국 고전문학 작품 중 하나로 손꼽힌다. 중문학자 金敏鎬의 조사<sup>2)</sup>에 따르면, 고려 시기 漢語교과서인 『朴通事』에는 『서유기』의 모태라 할 수 있는 宋代 『西遊

\* 우송대학교 Global Dual Degree 중국전공 초빙교수.

1) 한국에서는 각각 『삼국지』, 『수호지』, 『서유기』, 『금병매』라는 제목으로 수용되었다.

2) 참조: 金敏鎬, 『西遊記在韓國』, 『明清小說研究』, 2004年第1期, 199쪽.

記平話』의 일부 내용(『車遲國鬥聖』)이 실려 있고, 이후 조선시대 許筠의 『惺所覆瓿稿』第13卷(『西遊記跋』)을 살펴보면 100회본의 『서유기』에 대한 기록이 남아있다고 한다. 즉, 고려시대에 이미 『서유기』와 관련된 고사들이 이 땅에 전해졌고, 이후 조선시대에 들어서는 100회본의 『서유기』가 전해져왔다는 것이다. 환언하자면, 서유기가 처음 언급된 『朴通事』가 1347년에 집필된 것으로 알려졌으므로, 『서유기』가 한국(당시의 고려)에 전해진지는 약 660여년의 세월이 지난 셈이다. 그렇다면 『서유기』가 660여년이 지난 오늘날까지 꾸준히 대중의 사랑과 관심을 받게 된 이유는 무엇일까?

먼저 단순히 텍스트라는 관점에서 이에 대해 접근해봤을 때, 『서유기』라는 작품 자체가 함유한 풍부한 철학과 종교적 성분 그리고 서민적 정서, 喜劇性 등에서 그 일차적 원인을 찾을 수 있다.<sup>3)</sup> 또한, 각기 神性, 人性, 獸性을 지닌 삼장, 손오공, 저팔계라는 주요 인물을 통해 인간 내면의 복합적인 성향과 내적인 갈등을 표현함으로써 某種의 공감대를 얻음과 동시에 대중들로 하여금 대리만족을 느낄 수 있도록 하였다는 점 역시 꾸준히 대중의 사랑을 받을만한 원천적 요소라 할 수 있다.

두 번째 현재까지 『서유기』가 사랑받고 있는 이유는 수많은 문화콘텐츠 학자들의 노력과 그에 따른 결실<sup>4)</sup>에 있다고 할 수 있다. 사실 기존의 『서유기』연구는 대부분 원전 텍스트 연구를 중심으로 진행됐으며, 점차 비교문화적 관점으로 그 연원관계를 밝히는 연구가 성행하기도 하였다.<sup>5)</sup> 그러나 이러한 학술적 연구만을 통해서만 일반 대중들이 『서유기』가 지니고 있는 ‘환상’

3) 송정화, 「한중일 대중문화에 나타난 沙悟淨 이미지의 특징」, 『中國語文學誌』 제34집, 2010.

4) 『서유기』가 한국적으로 수용된 전면적인 양상을 파악하려면, 크게 ‘학술적 수용’과 ‘대중적 수용’ 양상에 주목할 필요가 있다. 필자는 학술적 수용을 『서유기』의 텍스트 중심의 ‘내부적 연구’이라고 한다면, 대중적 수용에 대한 분석은 그 ‘외연적 확장연구’라고 주장한다. 본고에서는 『서유기』의 ‘외연적 확장연구’에 보다 집중하도록 하고, ‘학술적 수용’에 대해서는 이후 연구과제로 남겨두기로 한다.

5) 예를 들면, 정규복의 『『서유기』와 한국 고서설』(『아시아연구』15, 1972년), 권혁찬의 『『홍길동전』에 나타난 『서유기』의 서사 양식 고찰』(『중국소설논총』 제36집, 2012년), 민관동의 『중국 고전소설의 전파와 수용』(서울: 아세아문화사, 2007년) 등 이 있다.

‘모험’, ‘초현실’ 등을 느끼고 체험하기는 어려웠다. 이에 문화콘텐츠 학자들은 『서유기』가 대중들에게 친숙하게 다가가고 실용적으로 응용될 수 있는 가능성을 증명하는 연구를 진행했으며, 이와 동시에 그 활용방안에 대해 부단히 고심하였다. 이러한 문화콘텐츠 학자들의 고심은 왕왕 상업적으로 실현가능성 있는 콘텐츠를 창출해 내기도 하였다.<sup>6)</sup> 이와 같은 고전 텍스트와 문화콘텐츠의 연결 연구는 그동안 이루어졌던 학술적 차원의 『서유기』연구가 이루어지 못한 『서유기』관련 문화 산업의 확장과 『서유기』의 대중성 확립에 일조하였다.

마지막으로 세 번째 원인은 『서유기』에 대한 성공적인 ‘현대적 수용’에 있다고 할 수 있다. 지금까지 한국에서 『서유기』는 수많은 변용과 현대적인 재해석을 통해 대중들의 선택을 받게 되었다. 이 같은 『서유기』의 문화콘텐츠적 변용에 있어서 ‘현대적 수용’이 매우 성공적으로 이루어지게 된 까닭은 『서유기』가 문화콘텐츠로 변모하면서 그 예술적 표현을 지향함과 동시에 대중과의 소통을 매우 중요하게 여겼기 때문이라 보인다. 또한, 이러한 문화콘텐츠적 변용이 기본적으로 OSMU(One Source Multi Use)의 방식<sup>7)</sup>을 통해 이루어 졌다는 것 역시 주요 원인이라 할 수 있다. 실제로 한국에서는 『서유기』라는 하나의 원천 텍스트(One Source)가 비교적 다양하게 변용 및 활용(Multi Use)되어졌으며, 이를 통해 교육, 만화, 애니메이션, 캐릭터 등과 같이 다양한 콘텐츠로 확장될 수 있었다.

상술하다시피, 『서유기』라는 중국의 고전 문학이 지금까지 한국인들의 대중적인 사랑을 꾸준히 받게 된 원인은 여러 각도에서 살펴볼 수 있다. 지금까

6) 관련 연구결과물로는 한령의 석사논문 「중국 서유기테마파크 조성방안- 테마파크 스토리텔링 원리에 따른 어트랙션 적용을 중심으로」(한국외국어대학교 석사논문, 2007년) 등이 있다. 이 논문은 『서유기』의 환상적 스토리를 재해석하여 음악, 영상과 결합시킨 놀이기구 등을 갖춘 테마파크를 조성하는 구체적인 방안을 내놓았다.

7) OSMU는 원천소스의 창구 다변화, 장르 전환, 관련 상품 판매, 브랜드 창출 효과 등을 통해서 부가가치 창출을 극대화하기 위한 마케팅 활동을 의미한다. 박기수, 「서사를 활용한 문화콘텐츠 간 One Source Multi Use 활성화 방안 연구」, 『한국언어문화』36, 2008.

지 한국에서는 『서유기』의 텍스트 연구 외에도 많은 학자들이 문화콘텐츠 산업이라는 관점에서 부분적인 연구를 시도한 바가 있다. 그러나 한국에서 이루어진 ‘『서유기』의 문화콘텐츠로 발전과 변용 양상’에 대해 총체적으로 분석한 연구는 지금까지도 부재하다.<sup>8)</sup> 때문에 본고는 『서유기』를 원천소스로 한 다양한 콘텐츠에 대해 분석하고, 그 발전방향과 변용양상 그리고 그 특징에 대해 연구해보고자 한다.

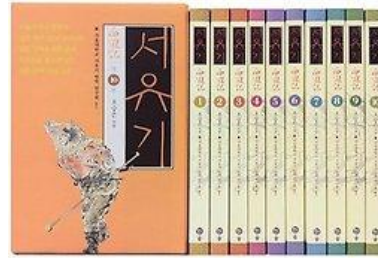
## 2. 교육 콘텐츠로의 확장양상

앞서 언급한 OSMU 방식을 통한 『서유기』의 문화콘텐츠적 변용 중 최근 대중들의 관심을 가장 많이 받고 있는 것은 교육 콘텐츠적 변용이라 할 수 있다. 실제로 한국에서 『서유기』는 대입시험을 앞두고 있는 수험생들의 각종 논술대비 준비서로 활용되고 있으며, 초등학교 혹은 중학생을 대상으로 하는 한자교육 교재로도 변용되어 사용되어지고 있다.

사실 논술시험을 대비한 『서유기』의 변용은 이미 일반화된 양상을 보이고 있다. 실제로 서울대 등 전국 주요 대학의 교양 필독서로 선정된 『서유기』는 주요 논술시험 대비 교재로서 여러 판본과 형태로 유통되고 소비되고 있다. 그 중 『서유기(1-10)』(서울대학교 서유기 번역연구회 역, 도서출판술, 2004

8) 등장인물의 이미지와 대중문화의 관계에 대한 논문은 「한중일 대중문화에 나타난 사오정 이미지의 특징」(송정화, 『중국어문학지』 제34집, 2010년), 「한중일 대중문화에 수용된 삼장 이미지에 대한 연구」(송정화, 『중국어문논총』, 2013년) 등이 있으나 문화콘텐츠로서의 발전에 관한 내용은 섭렵하지 못 했다. 또한, 문화콘텐츠로서의 연구로는 「디지털 시대 『서유기』의 교육적 변용」(정민경, 『디지털콘텐츠와 문화정책』 제5호, 2011년), 「손오공의 이야기가치와 문화 콘텐츠적 활용양상 연구」(최수웅, 『인문콘텐츠』 제23호, 2011년)등이 있다. 이중 정민경의 논문은 『서유기』학습 콘텐츠적인 시각으로 접근하고 있지만 그 대상을 『마법천자문』으로 한정했다는 것에 한계를 지니고 있고, 최수웅의 논문은 스토리텔링을 바탕으로 문화요소와 결합하여 문화 콘텐츠로서의 발전가능성을 분석했으나, 마찬가지로 연구대상을 손오공으로 제한했다는 것이 그 한계라고 할 수 있다.

년), 『서유기(1-10)』(임흥빈 역, 문학과지성사, 2003년), 『천웨이동 서유기 세트』(전기정 역, 위즈덤, 2011년)는 가장 대중적으로 사용되고 있는 논술교재라 할 수 있다. 사실 만화가인 천웨이동이 그의 수제자인 평차오의 삽화를 넣어 출판한 『천웨이동 서유기 세트』는 앞에서 언급한 두 저서보다 훨씬 늦게 출판된 것이다. 때문에 서울대학교 서유기 번역연구회에서 집필한 『서유기(1-10)』와 임흥빈의 『서유기(1-10)』는 한동안 서로 첨예한 경쟁구도를 구축하고 있었다. 이러한 경쟁구도에 관한 『연합뉴스』의 기사는 실로 매우 흥미롭다.



<그림 1> 『서유기(1-10)』표지, 서울대학교 서유기 번역연구회 역

문학과지성사는 지난해 8월 “서유기”를 전10권 분량으로 첫 완역(임흥빈 옮김)해 시장 선점에 나섰다. 이에 뒤질세라 솔출판사가 올 2월 역시 전 10권 분량으로 완역(서울대 서유기 번역연구회)해 내놓음으로써 맞붙을 지켰다. 그러자 이번에는 현암사가 268장의 삽화를 넣은 “서유기”를 10권 짜리로 출간(연벤인민출판사 옮김)함으로써 각축전에 뛰어들었다. …… 한편 “삼국지”에서는 민음사, 솔출판사, 창작과비평사, 열림원, 은행나무 등이 독자 확보에 열을 올리고 있다. 민음사가 이문열씨의 “삼국지”로 장기 베스트셀러의 기세를 올리자 창작과비평사는 황석영씨의 작품으로 맞서며 시장의 양분을 도모하고 나섰다.<sup>9)</sup>

상단의 기사를 통해 알 수 있듯이 여러 출판사들은 경쟁적으로 『서유기』를 출판하려 하였다. 이러한 현상은 명대 四大奇書중 하나인 『三國志演義』를 이 문열이 한국에서 출판하면서 거둔 대대적인 상업적 성공의 연쇄반응이지 않나 판단된다.<sup>10)</sup> 이러한 『서유기』열풍 속에서 초등학교를 대상으로 한 논술

9) 『연합뉴스』, 2004년 7월 23일 기사.

10) 이에 대해서는 신동순 등이 공동으로 집필한 「중국 대중문화의 초국적 유통과 소비: 한국의 ‘삼국지’ 현상 초론」(『중어중문학』 제47집)에 『삼국지』의 ‘외연적 확장연구’가

프로그램에서도 역시 『서유기』가 변용되어 활용되고 있다. 초등학교를 대상으로 한 논술서의 대부분은 ‘논술대비 세계명작(지경사, 2005년 1월)’, ‘논술 프로그램 세계명작(예림당, 2004년 8월)’, ‘독서토론 논술(계림, 2006년 2월)’, ‘논술대비 초등학교를 위한 논술 프로그램(지경사, 2013)’ 등의 문구를 새겨 넣어 판매를 부추기고 있다. 여기서 주목해야 할 사실은 ‘논술대비’와 ‘세계명작’ 혹은 ‘중국고전’ 등과 같은 개념을 『서유기』와 병렬로 놓아 소비자들의 구매심리를 확대시키고 있다는 점이다. 이러한 특징은 초등학교를 대상으로 출판된 『서유기』관련 논술 대비서의 공통된 현상이다.

이와 같이 논술시험 대비교재로서의 『서유기』의 변용이 대대적으로 이루어진 현상이 기인한 데에는 사실 대학입시의 영향이 매우 크다고 할 수 있다. 현재 수많은 대학들은 뛰어난 사고력을 지닌 창조적 인재를 선발하기 위한 일환으로, 대학입시에서 논술고사의 강화를 추진하는 방침을 내놓았다.<sup>11)</sup> 이에 텍스트 자체가 특유의 스토리 전개방식을 지니고 있는 『서유기』는 『삼국지』와 더불어 논술대비 준비서로 각광을 받고 있으며, ‘맞춤형 논술대비 필독서’로서도 앞으로 발전할 수 있는 잠재적 가능성이 매우 높다.

『서유기』의 또 다른 교육 콘텐츠적 변용은 ‘한문교재’로서의 활용이다. 일명 한자 에듀테인먼트라 일컬어지는 『마법천자문』<sup>12)</sup>은 한문교재로서 『서유

잘 정리 분석되어 있다.

11) 교육부는 수시 모집에서 수능 최저학력기준 적용을 완화하기로 했다. 백분위 대신 등급으로 설정하게 할 방침이다. 당초 교육부는 최저학력기준 폐지도 검토했으나 수시 모집 축소, 논술 응시인원 확대에 인한 사교육비 증가 등이 우려돼 완화하는 쪽으로 결정했다. 하지만 이영덕 대성학력개발연구소장은 “수시의 최저학력기준 완화 조치 역시 논술고사 확대에 이어질 것”이라고 전망했다. 대학 입장에서는 논술을 강화해 학생들을 걸러내려 할 것이기 때문이다. 수능 점수가 높은 학생을 먼저 뽑는 우선선발제도도 없어져 수시에서 논술의 영향력은 지금보다 더욱 확대됐다. 다소 낮은 수능 점수를 만회하려는 수험생들이 몰려 논술이 포함된 수시 전형의 경쟁률은 오를 전망이다. 따라서 저학년 때부터 논술 수업을 교내에서 진행하는 특수목적고나 자율형사립고 학생들이 대입에서 유리한 위치에 서게 됐다. 참조: 『한국일보』, 2013년 10월 29일.

12) 중국의 고전 ‘서유기’의 손오공을 주인공으로 한 이야기 형식으로 한자를 배우도록 한 한자 만화 시리즈. 2003년 1권이 발간된지 5년 만에 무려 1000만 권 이상이 팔린

기』변용의 가장 대표적인 사례라 할 수 있다. 특히 2009년 『소년한국일보』는 『마법천자문』을 ‘우수 어린이 도서’로 선정하였으며, 『마법천자문』의 높은 학습 효율성과 한자 능력 검정 시험 대비서로서의 실용성에 대해 긍정적으로 평가하였다. 또한 『서유기』를 원천소스로 하였고, 서유기에 등장하는 인물들의 활동을 통해 한자를 익힌다는 점에서 ‘기발한 발상’이라는 평을 내놓았다.



<그림 2> 『마법천자문』표지

학습 만화 ‘마법 천자문’ 시리즈는 지난 2003년 11월부터 서점가에서 베스트셀러 목록에서 늘 상위권을 차지한 화제의 책이자 한자 학습의 국민 브랜드다. 중국 고전 소설 서유기에 등장하는 손오공과 삼장 등 주인공들이 그림으로 한자를 보며 음과 훈을 익힌다는 기발한 발상이 눈길을 끈다. 카드 게임은 물론 플래시 애니메이션으로 구성된 디지털 북까지 곁들여 어린이들의 학습 효과를 극대화한 것이 꾸준한 인기 비결로 꼽힌다. 한자 능력 검정 시험에 나오는 한자를 권마다 20자씩 넣고, 50회 가량 반복 학습을 하도록 돼 있다. 한자 급수를 따려는 수험생 및 학부모의 마음까지 사로잡고 있는 것. 현재까지 15권이 나와 850부가 팔렸다. 2004년에도 소년한국 우수도서에 선정된 바 있다.<sup>13)</sup>

종합해 보자면, 기본적으로 『마법천자문』은 『서유기』가 지니고 있는 스토리 구조를 그대로 취하고 있으나, 주인공들이 마법을 부릴 때마다 한자를 습득할 수 있도록 함으로서 그 효과를 잘 전달하고 있는 한자 학습 만화라 할 수 있다. 아울북에서 출판한 『마법천자문』은 2003년 제1권의 출판으로 시작해 현재(2013년 4월) 총 25권까지 출판되었으며, 재미있는 스토리와 이미지 학습법으로 어린 아이들을 비롯해 학부모들의 호응까지 이끌어내고 있다. 이러한 『마법천자문』의 성공 역시 긍정적 연쇄 반응을 이끌어 내었다. 현재 『마

히트작으로, 더 이상 설명이 필요 없을 정도로 어린이들에게 너무나 유명한 작품이다.

참조: 『소년한국일보』, 2009년 7월 13일 기사.

13) 참조: 『소년한국일보』, 2009년 12월 4일 기사.

법천자문』은 애니메이션, 뮤지컬을 비롯해 각종 온라인 게임이나 모바일 게임 등 다양한 콘텐츠로 또 다시 변용되고 있으며, 『마법천자문』과 유사한 『마법천자문 중국어』, 『마법천자문 급수한자』, 『마법천자문 고사성어』 등의 한자 학습지 역시 대중의 사랑을 받게 되었다. 이 또한 넓은 의미에서 『서유기』의 교육적 확장의 좋은 예라 할 수 있다.

이와 같이 한국에서 『서유기』를 활용한 교육에 관한 콘텐츠들이 활성화된 데에는 최근 교육부가 실시한 ‘한자교육의 강화방침’과 ‘대학입학 논술강화’ 및 취업 시 가산점 부여 등의 많은 원인이 작용하였다. 특히, 『서유기』를 원천소스로 활용한 『마법천자문』이 꾸준히 인기가 있는 비결은 최근 교육부의 한자교육 정책 및 주요대학들의 ‘한자 학점인정 제도’와 관련이 깊다. 현재 교육부는 2014년도 예산에 초·중학교 한자교육 지원을 위해 3억2550만원을 편성했으며, 고려대와 성균관대, 한양대, 서울 시립대, 인하대 등 여러 대학에서도 역시 한자급수자격검정 중 준1급, 1급, 사범의 3개 등급을 대학 학점으로 인정하거나 졸업 인증제의 필수 자격으로 요구하고 있다. 이와 같은 한자교육의 강조로 인해 “학부모 89.1%, 교사 77.3%가 초등학교에서 한자 교육이 필요하다”<sup>14)</sup>고 여기고 있으며, 이러한 요구에 힘입어 『마법천자문』은 현재 꾸준한 인기를 얻고 있는 것이다. 앞에서 언급한 것과 같이, 『마법천자문』에는 ‘한자 능력 검정 시험’을 대비할 수 있도록 그 중요도에 따라 한자를 선정하여 반복학습을 통해 익힐 수 있도록 짜여있다. 때문에 최근에는 초등학생 뿐 만 아니라, 중·고등학생 및 대학생에게도 인기가 있을 정도로 그 독자층이 두터워지고 있다. 이렇듯, 교육 콘텐츠로서의 『서유기』는 초·중·고등학생들의 논술교재 및 한문교재로 활발하게 발전하고 있는 양상을 보이고 있다. 이는 대학 입시뿐 만 아니라, 그 연장선상에서 볼 때 논술과 한자교육을 중시하는 전반적인 한국의 사회적 혹은 교육적 추세와 맞물려 있다고 할 수 있다.

이 외에도 스마트폰 사용의 증가에 따라 『서유기』의 등장인물(손오공, 저팔계, 사오정, 삼장법사)들을 형상화한 중국어 교육 어플리케이션이 출시되기

14) 참조: 『Ohmynews』, 2013년 12월 12일 기사.

도 하였다. 일명 ‘서유기앱’이라 불리는 이 어플리케이션은 『서유기』의 기본 구성을 기반으로 한 재미있는 스토리와 귀여운 캐릭터의 대화를 통해 쉽고 재미있게 중국어를 습득할 수 있도록 제작되었다. 이와 같은 교육 콘텐츠로서 『서유기』의 변용은 이미 현실세계를 넘어서 텔레비전, 인터넷, 스마트폰에 까지 그 무대를 확장하고 있다.

### 3. 만화·애니메이션 콘텐츠로의 변용양상

魯迅의 『中國小說史略』<sup>15)</sup>에 따르면, 『서유기』는 神魔와 怪異한 내용을 제재로 한 神魔소설에 속한다 할 수 있다. 실제로 『서유기』는 삼장법사와 손오공, 저팔계, 사오정, 백마가 서역으로 경전을 구하러 가는 도중에 겪게 되는 신비한 사건들을 중심으로 구성되어 있다. 이에 대해 清代學者 袁於畇은 『西遊記題詞』을 통해 ‘문장은 환상적이지 않으면 문장이 아니고, 환상은 극에 이르지 않으면 환상이 아니다(文不幻不文 幻不極不幻)’라 언급하며 『서유기』의 신비함에 대해 높이 평가하였다. 이처럼 매우 모험적인 내용과 초월적인 인물로 구성되어진 『서유기』는 그 신비함과 초현실성으로 인해 비교적 높은 만화, 애니메이션 콘텐츠로의 변용 가능성을 제시하고 있다.

이 외에도 『서유기』가 애니메이션 혹은 만화 콘텐츠로 변용될 수 있었던 두 번째 이유는 『서유기』가 본디 지니고 있는 구성과 체제에서 찾을 수 있다. 주지하다시피 명·청대 장편소설의 가장 큰 구조상 특징은 소설의 전체 내용이 章과 回로 구분되어 있다는 점이다. 즉, 매 단락은 시작과 결말을 구비하고 있으며, 상당히 강한 독립성을 갖추고 있다는 것이다. 때문에 큰 스토리라인만 유지된다면 매 회마다 연결고리가 없어도 다양한 모습으로 발전할 수 있는 가능성을 지니고 있다. 이러한 에피소드 구조(episodic structure)<sup>16)</sup>는

15) 참조: 魯迅, 『中國小說史略』, 杭州: 江浙文藝出版社, 2000年.

16) 이와 반대로 ‘스토리 구조’는 상대적으로 정확한 ‘기-승-전-결’을 구조로 되어 있으

여러 캐릭터들이 다양한 문제를 해결하고 풀어내는데 상당히 유리하다는 장점을 지니고 있다. 이러한 장점은 『서유기』가 일찍이 한국, 일본 등지에 만화 혹은 애니메이션 콘텐츠로 변용되어 활용될 수 있는 기회를 가져왔다. 특히, 한국에서 출판된 『설인 알파칸』, 『미스터손』 등의 만화 콘텐츠와 『미스터손』을 기반으로 한 《날아라, 슈퍼보드》 등의 애니메이션 콘텐츠는 대표적인 한국적 콘텐츠 변용의 결과물이라 할 수 있다.

주지하다시피, 『서유기』가 한국에서 처음 만화로 만들어진 것은 1965년 11월 『새소년』이라는 만화잡지에 실린 『설인 알파칸』이다. 이는 『서유기』를 현대적으로 해석한 공상과학 만화로서 원천텍스트와는 어느 정도 거리감이 있다. 『설인 알파칸』에는 『서유기』의 주인공들이 전부 등장하지 않음은 물론, 주인공인 알파칸 조차 손오공이 본디 지니고 있는 특징을 보이지 않고 있다. 즉 작가 임의대로 재창조한 것이라 할 수 있다. 이러한 점에도 불구하고 『설인 알파칸』은 한국에서 최초로 『서유기』를 만화 콘텐츠로 변용한 작품이라는 사실만으로도 큰 의미를 지니고 있다고 할 수 있다. 여기서 흥미로운 사실은 최근 청강문화산업대학 부설 만화역사박물관이 60년대 SF 만화를 복원하여 출간하면서 『설인 알파칸』도 함께 복간하였으며, 이미 많은 사람들이 이를 소장하기 원했다는 점이다.



<그림 3> 복간된 『설인 알파칸』 표지

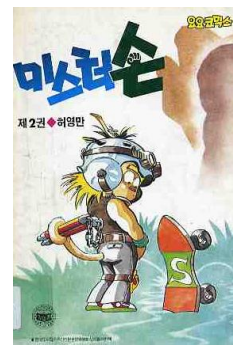
‘설인 알파칸’ 복간본은 전체 6부 가운데 육필원고나 단행본, 연재지 등으로 자료가 남아 있는 다섯 부만 한 권(약620쪽)으로 제작된다. 박물관 측은 “1천500부를 제작할 예정으로 지난달부터 예약주문을 받고 있는데 이미 400여명이 구입 신청했다”며 “장년층들에게 문화적 향수를 불러일으킬 것”이라고 말했다.<sup>17)</sup>

며, 클라이막스 부분이 대중에게 상당한 자극 효과를 가져다 준다.  
17) 『연합뉴스』, 2007년 2월 21일 기사.

위의 기사에서 우리가 주목해야 할 부분은 『설인 알파칸』이 복간되었다는 사실이 아닌, 복간이 되기도 전에 많은 사람들이 구매 신청을 했다는 점이다. 이는 『서유기』관련 만화 콘텐츠가 어린 아이들 뿐만 아니라 성인들에게 까지 일정부분 영향을 미치고 있다는 것을 반증한다. 또한 최근 성인 독자들의 심리적 욕구를 만족시킬만한 서유기 관련 만화나 애니메이션 콘텐츠가 매우 한정되어 과거 60년대의 향수로 젖어든 것이다.

『설인 알파칸』이후 1980년대 초에 『서유기』는 일간스포츠라는 신문에 만화형태로 연재되었다. 이는 고우영 화백의 작품으로 이후 우석출판사에서 총 3권의 단행본으로 출판되었다. 고우영의 『서유기』에서 역시 등장인물들의 변형형태가 두드러지게 나타나게 되는데, 특히 사오정의 묘사는 원천텍스트와 매우 큰 차이를 보인다. 본디 사오정은 천궁의 권렴대장으로 죄를 지어 유사하의 요괴가 된 인물로 삼장법사를 만난 이후 매우 선한 품성을 지닌 인물로 묘사되고 있으나, 고우영의 『서유기』에서 묘사된 사오정은 서양인처럼 영어를 자유자재로 구사하며 한국어에 서툰 희화적 인물로 변형되었다.

이후 1989년, 허영만의 만화 『미스터손』이 등장하면서 『서유기』의 애니메이션 콘텐츠로의 변용이 본격화 되었다.<sup>18)</sup> 『미스터손』을 기초로 한 애니메이션 《날아라, 슈퍼보드》<sup>19)</sup>는 『서유기』라는 원천텍스트를 현대적으로 재해석한 애니메이션으로서, 『서유기』가 지니고 있는 스토리 구조를 대부분 그대로 수용하면서도 주인공인 손오공, 사오정, 저팔계, 삼장법사 등의 캐릭터 형상과 그들이 지니고 있는



<그림 4> 『미스터손』 표지

18) 이외에도 『파이팅!손오공』(이정문, 동쪽나라, 1996년 7월), 『서유기』(김병규, 백정현, 대교출판, 1996년 12월), 『만화서유기』(장원, 어깨동무, 1999년 1월), 『서유기 플러스 어게인』(고진호, 삼양출판사, 2001년 9월), 『유쾌 상쾌 통쾌한 천방지축 손오공』(김혜란, 어깨동무, 2002년 1월) 등의 서유기관련 만화책이 나왔으나 그리 큰 반향을 일으키진 않았다.

19) 참조: 《날아라, 슈퍼보드》 1기-5기, KBS, 1990년-2002년.

물건들은 현대화하여 묘사하였다. 당시 《날아라, 슈퍼보드》는 엄청난 인기로 힘입어 중국에 역수출할 기회를 얻었으나, 『서유기』가 지니고 있는 원천소스를 너무 지나치게 훼손했다는 이유로 중국 측의 수입반대 부딪쳐 ‘불운의 명작’으로 남게 되었다.<sup>20)</sup> 그러나 《날아라, 슈퍼보드》는 지금까지 『서유기』를 애니메이션 콘텐츠로 변용시켜 가장 큰 대중의 사랑을 얻은 작품으로서, 어린아이들에게까지 『서유기』의 존재를 알리는 콘텐츠였다는 점에서 그 의의가 있다.

현재 한국 젊은이들에게 가장 친숙한 『서유기』의 변용적 애니메이션 콘텐츠는 일본작가 미네쿠라 카즈야(峰倉かずや)의 『최유기(最遊記)』이다. 이는 단행본과 애니메이션으로 제작되어 일본에서 선풍적인 인기를 얻었으며, 한국에까지 그 영향을 미쳤다. 일본의 『최유기』가 한국의 젊은이들에게까지 많은 인기를 받게 된 데에는 분명 『최유기』가 본디 지닌 매력이 큰 역할을 하였으리라 생각된다. 하지만 《날아라, 슈퍼보드》 이후 한국에서 『서유기』라는 원천소스에 대한 만화 혹은 애니메이션 콘텐츠로의 활용이 제대로 이루어지지 않았다는 점 역시 무시할 수 없다. 이러한 현재 『서유기』의 애니메이션 콘텐츠적 활용과 그와 관련된 발전상황을 살펴보면, 그 발전 속도나 발전방향에 있어서 일본의 그것보다 다소 부진하는 것을 알 수 있다.

이러한 《날아라, 슈퍼보드》의 상황은 디즈니사의 성공과 비교해 보면 더욱 극명하게 나타난다. 전 세계 애니메이션 산업을 지배하는 디즈니는 ‘OSMU’ 방식을 가장 잘 활용하고 있는 대표적 기업으로서, 애니메이션 콘텐츠 뿐 만 아니라, 캐릭터 상품의 개발과 테마파크 운영 등 여러 부가산업으로 천문학적 수익을 올리고 있다.<sup>21)</sup> 또한, 《토이스토리》, 《라이언 킹》, 《미녀와 야수》, 《니모를 찾아서》 등의 애니메이션을 속도감과 공간감이 살아있는 3D로 만드는 등 콘텐츠에 대한 끊임없는 재창조를 시도하고 있다.

2009년 디즈니는 토이스토리 1, 2편을 묶어 3D로 재개봉했다. 북미에서

20) 참조: 한국문화콘텐츠진흥원 정책개발팀, 「문화콘텐츠 중국진출 및 교류활성화 방안」, 2002년 10월 18일.

21) 참조: 『서울신문』, 2013년 1월 29일 기사.

3228만 달러(약 347억원)를 뺏아들었다. 가능성을 확인한 디즈니는 2011년 ‘라이언 킹 3D’를 내놓았다. 개봉 첫주 ‘컨테이션’과 ‘드라이브’ 등을 따돌리고 박스오피스 1위, 결국 9424만 달러(약 1013억원)의 수익을 올렸다. ‘재활용’에 맞을 들린 디즈니는 지난해에만 3편을 3D로 만들었다. ‘미녀와 야수’(4761만 달러·약 512억원), ‘니모를 찾아서’(4112만 달러·약 442억원), ‘몬스터 주식회사’(3210만 달러·344억원)까지 줄줄이 성공을 거뒀다. ‘토이스토리’와 더불어 픽사애니메이션스튜디오(2006년 디즈니에 합병)의 개국공신 격인 ‘몬스터주식회사’가 새달 7일 3D로 국내 개봉된다. 2001년 전 세계에서 5억 6087만 달러(약 6027억원)를 뺏아들여 역대 애니메이션 흥행 7위에 오른 유령들이 12년 만에 귀환한다.<sup>22)</sup>

이러한 디즈니사의 성공 원인은 기존의 애니메이션을 3D라는 형태로 전환한 전략에 있다. 이는 원천소스를 새로운 콘텐츠로 발전시킨 대표적 사례로서, 《날아라, 슈퍼보드》 역시 3D를 비롯한 여러 콘텐츠로의 변화 발전에 대해 고심해 볼 필요가 있다. 실제로 《날아라, 슈퍼보드》는 매우 뛰어난 스토리성과 탄탄한 인물구성을 기본으로 하고 있기 때문에, 더 다양한 ‘하부’ 콘텐츠로 발전할 수 있는 잠재력을 충분히 가지고 있으며, 이를 위해서는 한국 콘텐츠진흥원에서 주관하는 지식서비스 아이디어 지원 사업<sup>23)</sup> 등과 같은 여러 지원 사업에 참여하여 다각도적인 발전방향을 모색함과 동시에 끊임없는 재창조가 이루어져야 할 것이다.

#### 4. 캐릭터 콘텐츠로의 발전양상

한국인에게 있어 가장 친숙한 『서유기』의 이미지는 《날아라, 슈퍼보드》속의 캐릭터이다. 사실 수많은 만화와 애니메이션에서 『서유기』에 등장하는

22) 『서울신문』, 2013년 1월 29일 기사.

23) 실제로 동물 캐릭터들을 활용한 3D애니메이션을 제작하는 카이토리는 2010년 한국 콘텐츠진흥원의 ‘지식서비스 아이디어 지원 사업’에 선정되었으며, 많은 3D애니메이션을 제작하여 대중의 관심을 받았다.

인물들을 형상화 하였으나, 《날아라, 슈퍼보드》의 캐릭터만큼 대중의 사랑을 받지 못했다. 그렇다면 한국에서 《날아라, 슈퍼보드》의 캐릭터들이 유독 사랑을 받는 이유는 무엇일까? 이를 수용미학적인 관점에서 접근해보면 매우 흥미로운 사실을 발견할 수 있다. 일반적으로 수용 미학적 관점에서 작품의 심미적 가치를 결정하는 중요한 평가기준 중에는 ‘기대지평(horizon of expectation)<sup>24)</sup>’이



<그림 5> 《날아라, 슈퍼보드》의 손오공, 사오정, 저팔계 캐릭터

라는 것이 있다. 즉, 수용자들이 자신의 경험이나 체험을 통해 형성해놓은 기준을 얼마나 만족시키는가에 따라 작품의 심미적 가치가 결정된다는 것이다. 이러한 점에 있어서 《날아라, 슈퍼보드》에 나타나는 캐릭터들은 대부분 형상적 원천소스를 그대로 살리면서 현대적 감각에 맞게 재창조 되었다는 점에서 대중의 사랑을 받게 된 것이다. 즉, 손오공은 원숭이의 형상을, 저팔계는 돼지의 형상을, 사오정은 물속요괴의 형상을 그대로 가져와 소비자(혹은 시청자, 독자)들의 기대치를 만족시킴과 동시에 부차적으로 그들이 지니는 ‘현대적인 물건(아이템)’들을 통해 소비자들에게 신선함을 느끼도록 하였다. 즉, 기존의 형상을 유지시켜 대중의 호감을 이끌어낸 후, 손오공의 쌍절곤과 슈퍼보드, 그리고 저팔계의 마주카포와 사오정의 뿔망치 등과 같은 작은 아이템의 변화를 통해 대중에게 신선함을 주려는 전략적인 변용이라 생각된다. 그러나 현재 《날아라, 슈퍼보드》의 캐릭터 콘텐츠적 발전은 지지부진한 상태이다. 이는 《날아라, 슈퍼보드》가 종영되면서 점차 인지도가 하락되었고, 이에 관련 문학콘텐츠 학자의 기획과 기업들의 상업화 전략이 제대로 맞물려 추진되지 못했기 때문이라 보인다. 때문에 이후 《날아라, 슈퍼보드》의 후속편이 나온다면, 그와 관련된 캐릭터 콘텐츠 사업도 더불어 발전되길 기대해 본다.

24) 참조: 차봉희 편, 『수용미학』, 서울: 문학과지성사, 1985년, 35-36쪽.

이와 반대로, 『마법천자문』은 한국에서 이루어진 전략적 캐릭터 사업의 성공사례로 손꼽힌다. 『마법천자문』은 음료, 제과 회사와 손을 잡고 『마법천자문』의 캐릭터가 들어간 아동음료 등의 제품을 만들어 냈고 어린이들에게 친숙한 한자마법카드, 브로마이드, 색칠 공부책 등 다양한 부가상품을 기획하여 구매 영향력을 증가시키고 있다. 특히 한자마법카드의 경우 만화를 읽으면서 학습하게 된 한자 이미지를 구체적으로 구현시켜 아이템으로 만듦으로써 또래문화 속에서 다른 어린이들과 게임을 하면서 다시 놀이를 즐길 수 있도록 했다.<sup>25)</sup> 이와 같이 『서유기』을 원천소스로 하여 교육적 콘텐츠적으로 발전한 『마법천자문』에서 파생되어 나온 캐릭터 콘텐츠는 상업적 전략과 연결되어 ‘제2의 문화사업’으로 점차 확장되고 있는 것이다.

또한 최근 들어, 『서유기』의 캐릭터 콘텐츠로서의 확장은 게임 캐릭터로까지 발전되는 양상을 보인다. 앞에서 언급했다시피, 《날아라, 슈퍼보드》 이후 『서유기』에 대한 애니메이션적 변용은 사실 거의 이루어지고 있지 않다. 때문에 만화나 애니메이션을 통해 형



<그림 6> 《영웅 서유기》 웹게임 광고

상화된 인물들 역시 거의 부재한 것이 현실이다. 하지만 오늘날 컴퓨터와 스마트폰을 무대로 형성되어진 게임공간에서는 『서유기』가 끊임없이 변용되어지고 있다. 현재 『서유기』를 모티브로 하여 만들어진 게임으로는 《영웅 서유기》, 《서유기전 온라인》, 《서유기 : 금각, 은각의 음모》, 《날아라 슈퍼보드 환상 서유기》, 《아이러브 서유기》, 《풍운서유》, 《요괴사냥》 등이 있다. 실제로 모든 게임에는 각기 독특한 형상의 『서유기』 등장인물들이 등장하며, 각 인물들에게는 성격과 상황에 맞는 캐릭터가 부여된다. 그러나 실상 이러한 게임 상의 캐릭터들은 형상적 원천소스가 거의 배제된 모습을 보이며,

25) 정민경, 「디지털시대 『서유기』의 교육적 변용」, 「디지털콘텐츠와 문화정책」 제5호, 2011년 2월.

점차 높은 공격력과 멋있는 외적모습으로 소비자들에게 쉽게 각인되도록 만들어지고 있다. 이와 같은 원천소스의 부재는 게임 캐릭터의 발전에 있어 여전히 아쉬운 부분으로 남는다.

현재까지 한국에서 이루어진 『서유기』의 캐릭터 콘텐츠의 발전양상을 살펴보면, 『마법천자문』이 OSMU방식을 수용함으로써 캐릭터를 활용한 다양한 상품을 개발을 추진하여 괄목할 만한 성과를 얻은 반면, 《날아라, 슈퍼보드》 및 각종 『서유기』관련 게임의 캐릭터 사업은 그 가치가 충분함에도 불구하고 아직까지 그 활용도가 비교적 낮음을 알 수 있다. 하지만 오늘날은 애니메이션이나 게임 외에도 스마트폰이나 컴퓨터 등 수많은 매체들이 급속도로 발전하고 있고, 이에 따라 다양한 방식과 경로를 통해 많은 캐릭터들이 생산되고 있다. 때문에 현재 많은 사람들에게 인기를 얻고 있는 스마트폰의 캐릭터나 웹툰 캐릭터 혹은 동영상 속의 캐릭터 등에 『서유기』에 등장하는 인물들의 모습을 형상화 한다면 『서유기』의 캐릭터 콘텐츠적 변용은 향후 무한한 발전 잠재력을 지닐 것이라 생각된다. 실제로 최근 국가차원에서 캐릭터 관련 콘텐츠 사업을 비롯한 만화, 게임, 애니메이션, 이러닝, 모바일 애플리케이션 등 여러 지식 서비스 분야의 아이디어와 창의성을 갖춘 우수한 콘텐츠에 대해 적극적으로 지원한다는 방침을 펼치고 있다는 사실은 이러한 『서유기』의 캐릭터 콘텐츠적 변용에 있어서 매우 고무적인 일이 아닐 수 없다. 이와 같은 정부의 적극적인 지원정책은 『서유기』를 원천 소스로 삼은 캐릭터들이 좀 더 진화 발전할 수 있는 기회를 제공한다. 물론, 《날아라, 슈퍼보드》의 손오공, 저팔계, 사오정 등의 캐릭터들 역시 현재까지 충분히 그 활용가치가 있다. 하지만 정부의 이러한 적극적인 지원정책에 힘입어 이를 꾸준히 보완, 발전시킨다면 분명 한 단계 더 업그레이드되고 현대화 된 캐릭터들이 개발될 것이며, 神性, 人性, 獸性을 고루 드러낼 수 있는 독특한 캐릭터들이 창조될 것이라 기대한다.

## 5. 맺음말

중국 고전문학으로서 『서유기』는 여전히 ‘富鑛’ 같은 텍스트로써 연구되고 있다. 또한 원전이 지니고 있는 특성으로 인해 문화 콘텐츠 산업적인 면에서도 역시 만화 콘텐츠, 교육 콘텐츠, 캐릭터 콘텐츠 등으로 꾸준히 확장되고 변용되고 있다. 하지만 서양의 ‘디즈니 애니메이션’과 비교해 본다면 『서유기』의 문화 콘텐츠로의 확장은 여전히 초보적인 단계에 머물러 있는 수준이다. 중국 남북조 시기의 서사시인 『木蘭辭』가 미국으로 건너가 《물란(Mulan)》으로 거듭나기까지 『木蘭辭』은 끊임없는 콘텐츠의 변화와 확장을 시도했으며, 그 결과 각종 매체에서 여러 콘텐츠로 접할 수 있게 되었다. 이는 원천소스의 ‘발생지’와 ‘개발지’ 사이에는 직접적인 연관성이 없다는 것을 증명하는 것임과 동시에, 『서유기』를 활용한 문화 콘텐츠 사업의 가능성이 한국에서도 역시 충분히 존재한다는 것을 의미한다. 한국에서는 이미 『서유기』를 원천소스로 한 각종 논술교재와 한문교재들이 교육 콘텐츠로서 출판되고 있으며, 『미스터 손』, 《날아라, 슈퍼보드》와 같이 만화 혹은 애니메이션으로도 변용되어 대중의 사랑과 관심을 받고 있다. 또한, 『마법천자문』에 등장하는 캐릭터들은 이미 성공적인 상업화 단계에 이르렀고, 《날아라, 슈퍼보드》의 주요 인물인 손오공, 저팔계, 사오정, 삼장 캐릭터 역시 꾸준한 현대적 재해석을 통한 높은 잠재적 상업 가치가 존재한다.

지금까지 알아본 한국에서 『서유기』가 각종 문화콘텐츠로 변용된 사례들을 종합해보면, 『서유기』의 교육 콘텐츠로의 발전은 한자교육정책 및 한자 중시 현상으로 인해 비교적 순조롭게 이루어지고 있는 반면, 만화를 비롯한 애니메이션 및 캐릭터 콘텐츠로의 발전은 다소 주춤하고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 한국 대중들이 일본의 『서유기』 변용의 만화 콘텐츠인 『최유기』를 찾아보거나, 예전 출판되었던 『설인 알파칸』과 같은 만화책의 복간에 관심을 가지는 등 여전히 『서유기』가 지닌 본연의 매력을 다른 문화 콘텐츠를 통해 접하고자 함을 알 수 있다. 이는 대중들의 수요를 반영함과 동시에 현시대 한국에

존재하는 만화 콘텐츠에 대한 불만족을 드러내고 있다고 볼 수 있다. 때문에 우리는 앞으로 다양한 정책지원을 활용하여 한 단계 업그레이드 된 콘텐츠들을 개발해야하며, 문화 콘텐츠와 연관된 다양한 전달매체들을 분석해야 한다.

오늘날은 수많은 매체와 방식을 통해 많은 정보가 빠르게 이동하고 있다. 때문에 『서유기』의 콘텐츠 발전을 위해서는 기존의 활용방법을 넘어선 새로운 변용방식과 활용방법을 고안해야할 필요가 있다. 이를 위해서는 문화 콘텐츠와 관련된 주변 매개체에 대한 이해와 함께 UCC나 웹툰을 비롯한 그 외의 다양하고 새로운 전달매체에 대해서도 꾸준한 관심을 보여야 할 것이다.

## 參考文獻

- 차봉희 편, 『수용미학』, 서울: 문학과지성사, 1985년
- 홍문표, 『문학비평론』, 서울: 한국문학도서관, 1995년.
- 魯迅, 『中國小說史略』, 杭州: 江浙文藝出版社, 2000년
- 金敏鎬, 『西遊記在韓國』, 『明清小說研究』, 2004年第1期
- 송정화, 「한중일 대중문화에 나타난 沙悟淨 이미지의 특징」, 『中國語文學誌』 제 34집, 2010년
- 최수웅, 「손오공의 이야기가치와 문화 콘텐츠적 활용양상 연구」, 『인문콘텐츠』 제23호, 2011년
- 송정화, 「한중일 대중문화에 수용된 삼장 이미지에 대한 연구」, 『중국어문논총』, 2013년
- 박기수, 「서사를 활용한 문화콘텐츠 간 One Source Multi Use 활성화 방안 연구」, 『한국언어문화』36, 2008
- 한령, 「중국 서유기테마파크 조성방안」, 한국외국어대학교 석사논문, 2007
- 《날아라, 슈퍼보드》 1기-5기, KBS, 1990년-2002년
- 『서울신문』, 2013년 1월 29일 기사
- 『연합뉴스』, 2004년 7월 23일 기사, 2007년 2월 21일 기사
- 『한국일보』, 2013년 10월 29일
- 『Ohmynews』, 2013년 12월 12일 기사
- 『소년한국일보』, 2009년 7월 13일, 12월 4일 기사

Abstract

『XI YOU JI(西遊記)』 expansion and transformation of the Korea Culture & Content Research Aspects

Moon, Dae il

Since 『XI YOUJI(西遊記)』 the one of the best famous Chinese classical literature incoming South Korea, it is has becoming the source of culture content in a variety of areas. At first, as educational content it has development as 'college essay book' or elementary, middle and high school Chinese textbook. Second, it also utilized as animation content. Third, in recently year the content emphasize the advantages of the characters and at the same time combine the modern item in the development. In order to develop the 『XI YOUJI』 as the source of cultural content, we need to concern about develop new culture medium such as applications, YouTube, webtoons.

Key words : 『XI YOUJI』, cultural content, Chinese education, animated characters, OSMU

투 고 일 : 2014. 1. 10. / 심 사 일 : 2014. 1. 20. ~ 2014. 2. 10. / 게재확정일 : 2014. 2. 20.